

FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A PEDAGOGICKÁ

Katedra: Pedagogiky a Psychologie

Studijní program: M7503 Učitelství pro 2. stupeň základní školy

Studijní obor anglický jazyk – občanská výchova
(kombinace)

**VYUŽITÍ ČASOPISU PŘI VÝUCE NA DRUHÉM
STUPNI ZÁKLADNÍCH ŠKOL**
**THE USAGE OF MAGAZINES AT SECONDARY
SCHOOLS**

Diplomová práce: 08-FP-KPP-02

Autor:

Gabriela NAJMANOVÁ

Podpis:

Adresa:

Děčínská 158

407 21, Česká Kamenice

Vedoucí práce: PaedDr. Jitka Bělohradská

Počet

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
101	16	0	3	36	9+1 CD

CD obsahuje celé znění diplomové práce.

V Liberci dne: 4. 5. 2009

Katedra: Pedagogiky a psychologie

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(pro magisterský studijní program)

pro (diplomant) Gabriela Najmanová
adresa: Děčínská 158, 40721 Česká Kamenice
obor (kombinace): Učitelství pro 2. stupeň ZŠ
 Anglický jazyk/Občanská výchova

Název DP: Využití časopisu při výuce na 2. stupni ZŠ
Název DP v angličtině: The Usage of Magazines at Secondary Schools

Vedoucí práce: PaedDr. Jitka Bělohradská

Konzultant:

Termín odevzdání: květen 2009

Pozn. Podmínky pro zadání práce jsou k nahlédnutí na katedrách. Katedry rovněž formulují podrobnosti zadání. Zásady pro zpracování DP jsou k dispozici ve dvou verzích (stručné.resp. metodické pokyny) na katedrách a na Děkanátě Fakulty pedagogické TU v Liberci.

V Liberci dne 2. 1. 2008

.....

děkan

.....

vedoucí katedry

Převzal (diplomant):

Datum:

Podpis:

Název DP: **Využití časopisu při výuce na 2. stupni ZŠ**

Vedoucí práce: **PaedDr. Jitka Bělohradská**

Úvod: V současné době prochází české školství rozsáhlou kurikulární reformou. Spolu s ní se stále více klade důraz na různost a pestrost didaktických metod vedoucích k rozvoji samostatnosti žáků. Ve své práci se zaměřím na využití časopisu jak jako učební pomůcky, tak také jako informačního zdroje pro žáky.

Cíl: Zkoumat situaci využívání časopisu ve výuce v souvislosti se zaváděním RVP ZV do praxe českých základních škol. Analyzovat nabídku a obsah dostupných dětských časopisů využitelných ve výuce. Hledat možnosti využívání časopisů ve výuce k naplňování klíčových kompetencí.

Požadavky: 1. Vyhledat a prostudovat dostupné zdroje k problematice.

2. Připravit a zrealizovat výzkumné šetření.

3. Navrhnout možnosti využívání časopisu ve výuce.

Literatura:

- KASÍKOVÁ, H., VALIŠOVÁ, A.: *Pedagogika pro učitele*. 1.vyd. Praha: Grada, 2007. 402 s. ISBN 978-80-247-1734.
- KOVAŘÍK, Š., PETTY, G.: *Moderní vyučování: moderní příručka*. 1.vyd. Praha: Portál, 1996. 380 s. ISBN 80-7178-070-7.
- PRŮCHA, J.: *Moderní pedagogika*. 3.vyd. Praha: Portál, 2005. 481 s. ISBN 80-7367-047-X.
- MAŇÁK, J., ŠVEC, V.: *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. 219 s. ISBN 80-7315-039-5.
- GAVORA, P.: *Výzkumné metody v pedagogice: Příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. 1.vyd. Brno: Paido, 1996. 130 s. ISBN 80-85931-15-X.

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucí diplomové práce.

V Liberci dne: 4. 5. 2009

Gabriela Najmanová

.....

Poděkování

Na prvním místě děkuji PaedDr. Jitce Bělohradské za odborné vedení diplomové práce, konzultace, obětavé poskytování rad a materiálů pro tuto práci. Dále bych ráda poděkovala všem respondentům, kteří se zúčastnili provedeného výzkumu. V neposlední řadě náleží mé poděkování rodině i přátelům, kteří mě po celou dobu studia podporovali.

VYUŽITÍ ČASOPISU PŘI VÝUCE NA 2. STUPNI ZŠ

NAJMANOVÁ Gabriela DP–2009

Vedoucí DP: PaedDr. Jitka Bělohradská.

Resumé

Diplomová práce je zaměřena na problematiku využití časopisu při výuce na druhém stupni základního vzdělávání. Jejím cílem je zjistit současnou situaci z pohledu žáků a učitelů základních škol v severočeském městě Česká Kamenice. Na základě získaných poznatků má dále navrhnout možnosti efektivního využití časopisu při vyučování.

Teoretická část objasňuje významnost časopisu jako jednoho z činitelů ovlivňujících život mládeže vně i uvnitř školy.

V praktické části je realizován výzkum formou dotazníkového šetření na obou dostupných školách ve zmíněném městě. Součástí práce je i podrobná analýza několika vybraných časopisů, které se ukázaly být mezi žáky nejoblíbenějšími, zahrnujíc i konkrétní návrhy využití při výuce.

Klíčová slova: prostředky masové komunikace, učitel, žák, časopis ve výuce, práce s textem, mediální výchova

THE USAGE OF MAGAZINES AT SECONDARY SCHOOLS

Summary

This diploma thesis (DT) deals with the problems of using magazines at schools for 11-15 years old pupils. Its aim is to elicit current situation from the point of view of pupils and teachers in the North Bohemian town called Česká Kamenice. On the basis of the data obtained, it should further propose a solution for effective use of magazines in education.

The theoretical part illustrates the significance of magazines being one of the important factors that affect the life of children not only outside but also inside the school.

In the practical part there is realized a questionnaire research which took place on both available schools in the mentioned town. This DT also contains a detailed analysis of selected magazines (those magazines which emerged as the most popular among pupils), including particular examples of using magazines in education.

Keywords: means of mass communication, teacher, pupil, magazine in education, working with text, media education

DIE ANWENDUNG DER ZEITSCHRIFT IN DEM UNTERRICHT DER SCHÜLER IN DER 6 BIS 9 KLASSE

Resüme

Die Diplomarbeit (DA) beschäftigt sich mit der Problematik der Anwendung der Zeitschrift in dem Unterricht der Kinder im Alter zwischen 11 und 15 Jahre. Das Ziel dieser DA ist die derzeitige Situation aus der Sicht der Schüler und der Lehrer in der nordböhmischen Stadt Ceska Kamenice festzustellen. Die DA soll auch auf Grund der eingeholten Erkenntnisse die Möglichkeit der effektiven Ausnützung der Zeitschrift im Unterricht vorschlagen.

Der theoretische Teil der DA erleutert wasfür ein bedeutungsvoller Faktor die Zeitschrift, die das Leben der Jugend innerhalb und auserhalb der Schule beeinflusst, ist.

In dem praktischen Teil der DA ist die Forschung mittels einer Fragebogen

Umfrage auf beiden in Frage kommenden Schulen durchgeführt worden.
Die DA beinhaltet ebenfalls eine detaillierte Analyse einiger ausgewählten Zeitschriften, die sich in den Studentenkreis als beliebtesten erwiesen haben, so wie auch konkrete Vorschläge der Anwendung in dem Unterricht.

Schlüsselwörter: das Massenkommunikationsmittel, der Schüler, der Lehrer, die Zeitschrift in dem Unterricht, die Arbeit mit dem Text, die Erziehung mittels Medien

OBSAH

1 ÚVOD	13
--------	----

Teoretická část

2 MÉDIA V ŽIVOTĚ DNEŠNÍ MLÁDEŽE	16
---------------------------------	----

2.1 Média a masmédia jako pojem	16
---------------------------------	----

2.2 Funkce médií	17
------------------	----

2.3 Vliv médií na běžný život dětí	19
------------------------------------	----

2.3.1 Volný čas dětí a jeho teoretické vymezení	20
---	----

2.3.2 Mají média v životě mládeže své místo?	21
--	----

2.3.3 Významné prostředí rodinného krbu	23
---	----

3 ČASOPIS JAKO JEDEN Z PROSTŘEDKŮ MASOVÉ KOMUNIKACE	24
---	----

3.1 Časopis jako pojem	24
------------------------	----

3.2 Klasifikace časopisů	24
--------------------------	----

3.2.1 Dělení podle periodicity	25
--------------------------------	----

3.2.2 Dělení podle preference čtenáře	25
---------------------------------------	----

4 DĚTSKÝ ČASOPIS VČERA A DNES	28
-------------------------------	----

4.1 Prvopočátky dětského periodického tisku	28
---	----

4.2 Období velkého rozkvětu	28
-----------------------------	----

4.3 První republika	29
---------------------	----

4.4 Období druhé světové války a následný poválečný vývoj	30
---	----

4.5 Přehled současného trhu s časopisy pro mládež	31
---	----

4.5.1 Časopisy blízké minulosti	31
---------------------------------	----

4.5.2 Zájmové časopisy	32
------------------------	----

4.5.3 Populární časopisy	33
--------------------------	----

4.5.4 Vzdělávací časopisy	33
---------------------------	----

5 POSTAVENÍ ČASOPISU VE ŠKOLNÍM PROSTŘEDÍ	35
5.1 Prostor pro rozšiřování mediální gramotnosti v rámci RVP ZV	37
5.2 Časopis jako didaktická pomůcka	39
5.2.1 Proč právě časopis?	39
5.2.2 Volba vhodné metody výuky	40
5.2.3 Zásady práce s textem jako jedné z metod výuky	41
5.2.4 Časopis není jen změť textů	43
 <i>Praktická část</i>	
6 VÝZKUM V TERÉNU	44
6.1 Výchozí teze a hypotézy	44
6.1.1 Teze pro šetření žáků	44
6.1.2 Teze pro šetření učitelů	44
6.2 Metody a popis šetření	45
6.3 Charakteristika respondentů	47
6.3.1 Soubor žáků	48
6.3.2 Soubor učitelů	49
6.3.3 Doplnkový výzkum	50
6.4 Výsledky šetření a diskuse	50
6.5 Shrnutí výzkumných závěrů	68
7 ANALÝZA VYBRANÝCH ČASOPISŮ	70
7.1 Kritéria hodnocení	70
7.2 Top dívky	73
7.3 ABC- časopis generace 21. století	75
7.4 Bravo	77
8 NÁVRHY KONKRÉTNÍHO VYUŽITÍ ČASOPISU PŘI VÝUCE	80
8.1 Chci sexuálně žít!	80
8.2 Úspěšnost, úspěšnost,... A co to vlastně je?	82
8.3 Do you speak Czenglish?	83

9 ZÁVĚR	85
10 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	87
11 PŘÍLOHY I- IX	90

SEZNAM GRAFŮ A TABULEK

Tabulka 1- Údaje o volném čase dětí	22
Tabulka 2- Poměr počtu dětských respondentů z aspektu pohlaví a věku	48
Graf 1- Volný čas dětí	51
Tabulka 3- Znalost dětí v oblasti vzdělávacích časopisů	52
Graf 2- Preference podle věku	53
Graf 3- Preference podle pohlaví	54
Graf 4- Intenzita četby časopisu s rozdílem pohlaví	55
Graf 5- Intenzita četby časopisu s rozdílem věku	55
Graf 6- Kritéria výběru časopisu	57
Graf 7- Půjčování časopisů	59
Graf 8- Výběr rubrik podle pohlaví	60
Graf 9- Výběr rubrik podle věku	61
Graf 10- Postavení časopisu ve výuce z pohledu učitelů	62
Graf 11- Souvislost postoje učitelů k časopisu ve výuce s délkou jejich pedagogické praxe	63
Graf 12- Frekvence využití časopisu ve výuce bez rozdílu školy či vzdělávací oblasti	64
Graf 13- Intenzita využití časopisu podle typu školy	65
Graf 14- Intenzita využití časopisu ve výuce v souvislosti s vyučovanou vzdělávací oblastí	66
Graf 15- Výběr rubrik u učitelů	67
Graf 16- Bravo v konkurenci ostatních časopisů	72

ÚVODNÍ MOTTO

" Noviny, časopisy, rozhlas i televize nám přinášejí důležité i nepodstatné informace, snaží se nás bavit, dopřávají nám uvolnění i napětí, nabízejí nám témata ke konverzaci s jinými lidmi. A nejen to. Ve vypjatých historických okamžicích nás mobilizují a organizují naše snažení. A nejen to. Noviny dostáváme ve stejnou dobu. Rozhlas a televize nabízejí pořady ve stejný čas. Časopisy vycházejí ve stejný den v týdnu. A my si často organizujeme život podle toho, jak se k nám média dostávají. Z užívání médií se tak stávají rituály: chceme číst noviny pokud možno vždy ve stejnou dobu, chceme se dívat na 'svůj' pořad v televizi, mít naladěnou 'svou' rozhlasovou stanici v autě. Někdo čte v metru, jiný ve vaně. Někdo musí každý den vidět zprávy, jiný se neobejde bez seriálu či fotbalu. A nejen to. Díky předpovědi počasí víme, jak se obléknout, díky dopravnímu zpravodajství víme, kudy nemáme jezdit. Díky médiím víme o lidech z neskutečného světa showbusinessu víc důvěrností než o sousedech. A nejen to. Média nám radí v nejrůznějších situacích: jak zazimovat pelargónie i jak dělit majetek při rozvodu. A nejen to. Noviny se hodí také na vysušení bot a na podpálení v kamnech, z rozhlasového či televizního přijímače je možné udělat králíkárnou. A nejen to. Masová média jsou již tak dlouho významná, že je možné o nich uspořádat výstavu..."

Motto k výstavě Zlaté časy médií¹

¹ JIRÁK. J., MIČIENKA. M. a kol. *Základy mediální výchovy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 5. ISBN 978-80-7367-315-4.

1 ÚVOD

Žijeme v době, která je charakteristická svým všeobecně rychlým rozvojem a neustálými změnami. Mění se hlavně společnost a ruku v ruce s tím jdou změny prvků na společnosti závislých. Velmi se tím pádem změnily i zdroje vzdělávání. Jako by se téměř vytratilo ústní předávání moudra a zkušeností ze starší generace na tu mladší. Přímé předávání formou vyprávění a debatování stále více a více nahrazuje forma zprostředkovaná. Myslíme tím získávání informací zejména z médií.

Rozhlédneme-li se pozorněji kolem sebe, zcela jistě se nám naskytne pohled na osobu sedící v autobuse hromadné dopravy, která dřímá v ruce denní tisk a čte, co je nového. Stále častěji se rodiče setkávají se situací, kdy se vrací domů ze zaměstnání a nacházejí své potomky sedící u televize či počítače surfující na vlnách internetu. Ačkoliv ještě před pár desítkami let by své ratolesti zcela jistě nenašli doma, ale poletovali by kdesi venku po okolí. Zkrátka úvodní motto vystihuje situaci v dnešní společnosti naprosto dokonale.

Často slýcháme, že žijeme v informační společnosti, ve které jsme neustále obklopováni novými a novými informacemi. Jak ale efektivně získávat tyto informace, abychom je pak mohli co nejlépe využít? Jak se v tom kvantu valících se informací zorientovat? Stále více a více odborníků se snaží popsat a poskytnout návody a odpovědi na tyto otázky. A nejen odborníci, také mnozí laici, kteří stále ještě berou svou rodičovskou roli zodpovědně, se zcela jistě nejdenně zamýšlí nad tím, jak zajistit, aby jeho dítě v budoucnu nehltalo veškeré zprávy valící se na něj z mnoha stran nekriticky a nepřijímalo tyto informace bez zamyšlení se jako bezedná studna.

Není proto divu, že i české školství prochází rozsáhlou kurikulární reformou a snaží se reagovat na změny společnosti a pomáhat při hledání odpovědi na vyvstálé otázky. Velká pozornost se tím pádem věnuje informační a mediální výchově, neboť jak uvádí Čumplová a Hanzová: *„Mají-li být žáci dobře připraveni pro další studium a pro své povolání, musí získat nejen*

informační vědomosti, ale i dovednosti a návyky.“² V souvislosti s tím se stále více klade důraz na různost a pestrost didaktických metod vedoucích k rozvoji samostatnosti žáků.

V této práci se proto zaměříme na prozkoumání možností mediální výchovy, konkrétně na využití časopisu nejen jako informačního zdroje pro žáky, ale i jako učební pomůcky. Cílem této diplomové práce je:

1. Zkoumat situaci využívání časopisu ve výuce v souvislosti se zaváděním RVP ZV do praxe českých základních škol (tj. do jaké míry a jakým způsobem jsou časopisy využívány jako výukový prostředek).
2. Analyzovat nabídku a obsah dostupných dětských časopisů využitelných ve výuce. Zaměřit se na časopisy, jež jsou podle výzkumu mezi žáky nejoblíbenější, resp. nejčtenější.
3. Hledat možnosti využívání časopisů ve výuce k naplňování klíčových kompetencí.

Nejprve svou pozornost zaměříme na média jako taková. V kapitole druhé si vymezíme, co jsou to média a také si definujeme v současnosti často používaný termín masmédia. Zaměříme se na funkce médií a jejich vliv na trávení volného času dnešní mládeže.

V další kapitole se už budeme zabývat konkrétním médiem, které je stěžejním tématem celé práce, tedy časopisem. Vymezíme si časopis jako teoretický pojem a rozdělíme si současný trh s periodiky podle základních kritérií do několika skupin.

V kapitole 4, nazvané Dětský časopis včera a dnes, se blíže podíváme na to, jak vypadal historický vývoj tisku určeného dětem na našem území. Kromě historického přehledu blíže prostudujeme, co dnešní trh s tiskovinami nabízí naší mládeži.

V poslední teoretické kapitole se zaměříme na využití časopisu ve škole. Podíváme se na to, jak se k médiím ve výuce staví Rámcový vzdělávací program

² ČUMPOVÁ, L., HANZOVÁ M. *Školní knihovny a výchova k práci s informacemi*.

1. vyd. Praha: ÚIV, 1993. s. 5. ISBN 80-211-0161-X.

pro základní vzdělávání (RVP ZV), a také na možnosti využití časopisu jako didaktické pomůcky.

V šesté kapitole si nejprve popíšeme plánování a průběh výzkumného šetření, a poté provedeme evaluaci tohoto výzkumu.

Následující kapitola nabídne podrobnou analýzu tří vybraných periodik z hlediska několika předem stanovených kritérií.

Celou práci uzavře soubor návrhů na aktivity ve výuce, kde učitel využívá časopisu jako didaktického nástroje.

2 MÉDIA V ŽIVOTĚ DNEŠNÍ MLÁDEŽE

Dnešní mládež žije ve společnosti, která je doslova obklopena médii. Média působí nejen na dospívající, ale na každého z nás a v současné době můžeme tvrdit, že se stala samozřejmou součástí našeho života. Jsou nám průvodcem ve světě informací, ale často i zdrojem zábavy. Než však postoupíme k analýze vlivu médií na mládež, pojďme si nejprve definovat ona média.

2.1 Média a masmédia jako pojem

Ruku v ruce s tím, jak rostl vliv médií na veřejný život, rostl i počet těch, kteří se snaží o odborné studium toho, co média jsou, jak fungují a jak nás ovlivňují. Mezi takové odborníky můžeme zcela bez pochyby zařadit Jana Jiráka a Barbaru Köpplovou, kteří se k vysvětlení pojmu média staví takto: *„Ze slova médium je zřetelně patrný jeho původ. Vychází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel- tedy to, co něco zprostředkovává, zajišťuje. S výrazem či pojmem médium se tak můžeme setkat ve fyzice, chemii, biologii, výpočetní technice i teorii sociální komunikace. A právě obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují médium/média to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení.“*³ Bavíme-li se o médiu jako o něčem, co zprostředkovává či předává někomu určité informace, setkáváme se s označením komunikační médium.

Vedle definování toho, co médium dělá a jaká je jeho hlavní funkce, musíme také brát v úvahu způsob, jakým na okolí působí. V tomto kontextu se velmi často setkáváme s označením masová média, masmédia či prostředky masové komunikace, jež jsou odborníky vymezena jako: *„noviny, časopisy, filmy, rozhlasové a televizní vysílání, internetové stránky,... vše, co je určeno k tomu, aby se šířilo z jednoho místa a mohlo být použito všemi, kdo na to narazí, nebo si to vyhledají; to znamená, že příjemci či uživatelé novin, časopisů, vysílání apod.*

³ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. s. 16. ISBN 80-7178-697-7.

nejdou konkrétní jedinci či skupina jedinců, nýbrž anonymní, jen obecně definované množiny, jež si pro svou velikost a anonymitu vysloužily označení 'masa'.“⁴

Co se týče klasifikace médií, mluvíme o dvou základních skupinách. Obecně se rozšířilo rozdělení na média „tradiční“, kterými chápeme tisk, rozhlas a televizi. Na druhé straně stojí enormní rozvoj médií „moderních“, za které považujeme především internet a reklamy.

2.2 Funkce médií

Jak nám už samo označení a definice pojmu masová média napovídá, jedná se o prostředky komunikace, které mají působit na širokou škálu lidí a tím pádem plnit i několik funkcí tak, aby si každý přišel na své.

Jelikož se naše pozornost v této práci obrací k mládeži, pojďme se zabírat výhradně funkcemi týkajícími se této věkové skupiny. Tomuto problému se ve své publikaci věnovala i Hilda Holinová⁵, která stanovila základní funkce prostředků masové komunikace pro mládež.

První a základní je výchovná funkce. Ta měla své místo a důležitost především v období před rokem 1989, kdy byla média vydávána v takové formě, aby šla ruku v ruce s tehdejší komunistickým režimem. (více viz kapitola 4.4 Období druhé světové války a následný poválečný vývoj). Není proto divu, že v současnosti je výchovná funkce jakoby odstrkována do pozadí. Myslíme si ale, že i dnes má tato funkce své nezastupitelné místo. Nejen na půdě pedagogické má vše, co se jakýmkoli způsobem podílí na výchově, své místo. Vždyť v dnešní době média na děti působí od velmi útlého věku a jisto jistě se na výchově chtě nechtě podílejí. Svým širokým působením přispívají například k vytváření hodnotové orientace dětí. Smutnou pravdou je, že ne vždy se jedná o pozitivní

⁴ Mediální slovníček [online]. c2009 [cit. 9. 2. 2009].

Dostupné z: <http://www.rozumetmediim.cz/slovnicek/slovniceki_n.htm#32>.

⁵ HOLINOVÁ, H. *Deti a prostriedky masovej komunikácie*. Bratislava: Novinársky študijný ústav, 1991. s. 3- 4. ISBN 80-900514-7-2.

výchovné působení v tom slova smyslu, jak bychom si to přáli.

Další významnou funkcí je ta informační. Není až tak troufalé tvrdit, že právě tato funkce se v dnešní době dostává stále více a více do popředí. Jsou to právě prostředky masové komunikace, které spojují děti s okolním světem již od útlého věku. Děti se dostávají do konfrontace s velkým množstvím informací, které přesahují rámec učiva ve škole. Učí se tedy vybírat a třídit informace a adekvátně je používat. Myslíme si ale, že pokud je dítě vydáno bez milosti a přízně svých rodičů či vychovatelů napospas oné "lavině" mediální produkce, ocitá se na velmi tenkém ledě. Právě proto, že informační funkce hraje v dnešní době tak významnou roli a právě proto, že naučit se s informacemi správně pracovat je dovednost ne příliš snadná, je v této oblasti velké pole působnosti pro nás, učitele. Žádnou jinou funkci nemáme tolik možnost podpořit, jako právě informační. Na to, jak se s touto problematikou poprat myslí už i do škol nedávno zavedený Rámcový vzdělávací program Základního vzdělávání. Jedna z jeho částí se věnuje průřezovým tématům, kde se práce s informacemi řeší a definuje v podobě Mediální výchovy, o které se více zmíníme v kapitole 5.1.

Další funkcí, kterou nesmíme opomenout je zábavná. Mnohé výzkumy totiž dokazují, že masmédia na děti působí hlavně v jejich volném čase.⁶ Prokázala se také tendence vzestupného růstu důležitosti médií ve volném čase dětí. Dnešní mládež vnímá televizi, tisk a zejména pak internet jako velmi důležitou součást času, který mají jen pro sebe. Času věnovanému odpočinku a relaxaci.

Významnou funkcí, která si také zaslouží naší pozornost je začleňování dětí do společnosti. Vedle působení rodiny a školy na dítě, se i prostředky masové komunikace výrazně podílí na odkrývání skutečnosti a pomáhají dětem při přechodu od konkrétního vidění světa k jeho širšímu uchopení. Některá média také napomáhají k rozvíjení vlastní představivosti a vnitřnímu osamostatňování.

Poslední funkcí je komerční. Cílem mediálního byznysu je také

6 SAK. P.: *Média v životě mládeže*. Praha: INSOMA, 1997. In SAK. P. *Proměny české mládeže*. 1. vyd. Praha: Petrklíč, 2000. s. 165-174. ISBN 80-7229-042-8.

nepochybně snaha o získávání více a více zákazníků.⁷

Z tohoto přehledu můžeme vidět, že média plní v životě mládeže několik nezanedbatelných funkcí. Tyto funkce sami o sobě ale nedokáží zajistit to, že se z nich nestane spíše působení patologického rázu. Děti musí být vedeny tak, aby docházelo ke kvalitnímu kontaktu s veškerými dostupnými masmédií. Tím myslíme, aby mládež doslova bezmyšlenkovitě nehltila vše, co se na ní z jednotlivých mediálních prostředků valí, ale aby si uměla vybrat relevantní a užitečné informace a také uměla s danými informacemi patřičně nakládat. Vztah mezi mládeží a prostředky masové komunikace se nevytváří automaticky a proto je třeba ho pěstovat od samého začátku. V tomto bodě je velmi významná úloha rodiny a školy, neboť tyto dva subjekty mají největší možnost ovlivnit vývoj zmíněného vztahu. O možnostech školského prostředí ovlivnit vztah masmédií a dětí pohovoříme v kapitole 5. Pojdme se ale nejprve podívat, jaký vliv mají obecně prostředky masové komunikace na život mládeže a také se seznámit s možnostmi rodiny ovlivnit přijímání masmédií dětmi.

2.3 Vliv médií na běžný život dětí

Již v úvodu této práce jsme naznačili, že v průběhu posledních let dochází k obrovskému rozvoji a vzestupu prostředků masové komunikace. Již jsme si vysvětlili, co myslíme pojmem masmédií a jakou plní ve společnosti funkci. Tím, jak roste mediální produkce, logicky roste i intenzita jejího vlivu na okolí. Protože je naše práce věnovaná mládeži, rozebereme si v této kapitole podrobněji vliv médií na život právě této sociální skupiny. Sféry života, kde mohou média působit je několik a již jsme si je stanovili v předchozí kapitole 2.2, kde jsme hovořili o činitelích, které pomáhají vztah média- dítě utvářet. Tyto činitelé jsou zároveň základními oblastmi možného vlivu médií. Nyní si k nim přidáme ještě volný čas.

⁷ BĚLOHRADSKÁ, J. *Postoje žáků ZŠ k masově komunikačním médiím*. In *Pedagogický výzkum jako podpora proměny současné školy*. Sborník konference ČAPV PedF UHK. Hradec Králové: 2008. ISBN 078-80-7041-287-9.

2.3.1 Volný čas dětí a jeho teoretické vymezení

Sami jistě uznáte, že vyjádření volný čas může u každého evokovat trochu jinou oblast času. Z pedagogické praxe si pamatuji spoustu dětí, které si neustále naříkaly, že v podstatě nemají volný čas, protože buď se musí věnovat přípravě do školy nebo pomáhat doma, starat se o sourozence či navštěvovat některý ze zájmových kroužků, na které je přihlásili rodiče. Dost často se setkáváme s tím, že lidé zaměňují spojení volný čas za spojení mimopracovní čas, u dětí pak mimoškolní čas. To ovšem není úplně adekvátní. Než se tedy začneme zabývat všemi možnými způsoby trávení volného času, měli bychom si nejprve vymežit, co myslíme výrazem volný čas.

Pro naši práci opět využijeme publikaci Hildy Holinové⁸. Ta vypracovala rozdělení celodenní doby do třech základních oblastí, které my volně parafrázujeme a přidáváme své podrobnější komentáře.

První z nich jsou aktivity, které jsou pro každodenní život bezpodmínečně nutné, tedy nevyhnutelné činnosti. Tyto činnosti děti potřebují pro fyzické přežití do dalšího a dalšího dne. Každému z nás je jasné, že bez spánku a jídla se žádná lidská bytost neobejde. Již od malička nám jsou vštěpovány základy osobní hygieny tak, abychom si utvořili určité návyky a byli schopni je dodržovat, např. čistit si zuby či se pravidelně mýt. Můžeme sem ale zařadit i další činnosti, které na první pohled nejsou nevyhnutelné, nicméně pro fungování v běžném životě jsou nutné. Takovými jsou u dětí například příprava školní tašky, cesta do a ze školy nebo čekání na dopravní prostředek a cestování samotné.

Zde se postupně přesouváme do skupiny činností dalších, které Holinová nazývá povinnostmi. Klíčovou náplní pro námi vybrané žáky a žákyně druhého stupně základní školy je v této kategorii pravděpodobně vyučování ve škole, neboť jak samo označení povinná školní docházka napovídá, děti tam docházet zpravidla musí. Další činnosti zde zahrnuté jsou jak příprava na vyučování, tak také samozřejmě domácí práce. Děti by měly být v rodině vedeny k určitým

⁸ HOLINOVÁ, H. *Deti a prostriedky masovej komunikácie*. Bratislava: Novinársky študijný ústav, 1991. s. 23-27. ISBN 80-900514-7-2.

návykům péče o domácnost a již od útlého věku mají pomáhat s činnostmi odpovídajícími jejich věku. Děti mohou pomáhat s úklidem obydlí, zahrady či pečovat o domácího mazlíčka. Starší děti pak často přebírají starost o svého mladšího sourozence.

Poslední dobou dne je volný čas. Do této kategorie řadíme všechny aktivity, pro které se může samo dítě rozhodnout. Chápeme tím nejen prostor pro věnování se a rozvoj svých zájmů, ale také čas na odpočinek, relaxaci a regeneraci, což je v tomto období velmi důležité pro správný a zdravý vývoj dítěte. V této části dne jsou děti obvykle více než v jiných částech nechány na pospas sami sobě a tróufáme si tvrdit, že v dnešní době nad sebou ve většině případů nemají žádnou dospělou osobu v podobě rodiče či vychovatele, která by je vedla ke smysluplnému využití volného času. V následujících řádcích nás tedy bude zajímat, jaké jsou možné způsoby trávení volného času. Uvedeme si příklady z výzkumu před zhruba dvaceti lety, kde nás bude nejvíce zajímat, jaké procento zaujímaló věnování se médiím.

2.3.2 Mají média v životě mládeže své místo?

Jistě není námitek, že v éře vysoké kvality a neustálé konjunktury veškerých komunikačních technologií je vliv mediální produkce na každého z nás značný a téměř nevyhnutelný. Zcela bezpochyby ještě existují lidé, kterým přijde život bez televize, internetu, rozhlasu či periodik naprosto normální a pohodlný. Nicméně ze svého okolí můžeme pozorovat, že takových lidí je v naší populaci opravdu jen malé množství. Stejně jako působí média téměř dennodenně na nás dospělí, působí v závislosti na důslednosti a snaze rodičů a ostatních dospělých více či méně i na děti.

Že tomu tak podobně bylo i před zhruba dvěma desetiletími dokazuje i výzkum Hildy Holinové, který byl proveden koncem roku 1990 a byl zaměřen na problematiku využití volného času dětí, zejména pak používání prostředků masové komunikace.⁹ Z tohoto výzkumu je zřejmé, že již na začátku

⁹ HOLINOVÁ, H. *Deti a prostriedky masovej komunikácie*. Bratislava: Novinársky

devadesátých let měla masmédia obrovský vliv na to, jak děti trávily svůj volný čas. V tabulce, kterou s přeložením do českého jazyka částečně citujeme z publikace Holinové¹⁰, si můžeme prohlédnout konkrétní procentuální vyjádření jednotlivých sfér volného času, tak jak se k jejich frekvenci vyjádřili žáci a žákyně tehdejšího druhého stupně základní školy, tedy děti pátých až osmých ročníků.

	%
Sledování PMK	51,4
Hry, rozhovory	26,5
Sport	6
Návštěvy	4,5
Zájmy, záliby	2,8
Činnosti ve skupině	1,6
Procházky	-
Jiné	7,2

Tabulka 1 – Údaje o volném čase dětí

Údaje zobrazují relativní četnost počtu hodin, který děti činnosti věnují, vyjádřenou v procentech.

Z tabulky jasně vidíme, že sledování prostředků masové komunikace zabíralo dětem více jak polovinu volného času. Přičemž nejvíce času věnovaly děti televizi (43,2 %), daleko za ní zaostávala četba knih (4,1 %) a další.¹¹ Vezmeme-li v úvahu, že tenkrát ještě nebyla média zdaleka tak veřejně rozšířená, jako je tomu v současné době, bude velmi zajímavé, jakého výsledku se dočkáme při námi chystaném výzkumu.

študijný ústav, 1991. s. 1. ISBN 80-900514-7-2.

¹⁰ HOLINOVÁ, H. *Deti a prostriedky masovej komunikácie*. Bratislava: Novinársky študijný ústav, 1991. s. 41. ISBN 80-900514-7-2.

¹¹ HOLINOVÁ, H. *Deti a prostriedky masovej komunikácie*. Bratislava: Novinársky študijný ústav, 1991. s. 55. ISBN 80-900514-7-2.

2.3.3 Významné prostředí rodinného krbu

Na úvod této kapitoly musíme znovu zdůraznit obrovský tlak ze strany médií na dětské publikum. Nejen škola, ale hlavně také prostředí rodinného krbu může značně ovlivnit to, jak kvalitně a smysluplně budou děti trávit svůj volný čas. Zejména pak, jak se budou chovat ve vztahu k masové mediální produkci. Pojdme si nyní objasnit, jaké možnosti mají dospělí v rolích rodičů, aby mohli dítěti správně pomáhat formovat si vztah k práci s tištěnými médii.

Pokud tedy mluvíme o tištěných médiích, dostáváme se na pole četby a utváření čtenářského návyku. Můžeme jen souhlasit, s více než dvacet let starým výrokiem Jacqueline Kerguenové, že: *„ve vzdělaném světě slýcháme často, že mladí lidé dnes už nečtou tak jako předchozí generace. Tvrdí se, že je stále obtížnější vychovávat ‘zdatné čtenáře’ a rozvíjet znalosti dětí pomocí psaného slova.”*¹² I my dnes slýcháme věty podobného rázu. Nicméně myslíme si, že není pravda, že děti méně čtou, jde ovšem o to, co a jak to čtou. Jako rodiče bychom měli neustále myslet na to, že je zejména na nás, aby si dítě osvojilo správné čtecí návyky. Jak Kerguenová ve své práci dále uvádí, tento návyk by se měl utvářet již v předčtenářském období dítěte, avšak i v pozdějším věku je důležité, aby děti našly v četbě zalíbení.

Vytváření příznivého rodinného zázemí, kde si rodiče umí udělat na své ratolesti čas, seznamují je s okolním světem, jeho krásami, ale i nástrahami. Od malička si s nimi čtou, později je navádí v nepřehledné cestě mezi tištěnými médii tak, aby si vybírali četbu kvalitní, ale zároveň atraktivní a zábavnou, takový přístup je pak stabilním pilířem a podpůrným aparátem pro další práci pedagogů s dítětem na půdě školy. Otázku zda a jak se dá budovat a ovlivňovat vztah masmédia a dítěte při výuce ve škole si zodpovíme v kapitole 5. Nyní je na čase blíže si specifikovat časopis jako jeden konkrétní prostředek masové komunikace, který jsme si pro svou práci vybrali jako hlavní předmět zkoumání.

¹² KERGUENOVÁ, J. *Děti a média – četba časopisů*. In *Dětská literatura a nová média*. Referáty a diskusní příspěvky na 21. kongresu IBBY v Oslo, Norsko 1988. Český překlad oficiálního sborníku kongresu Children's literature and the new media. Praha: Společnost přátel knihy pro mládež, 1988. s. 90.

3 ČASOPIS JAKO JEDEN Z PROSTŘEDKŮ MASOVÉ KOMUNIKACE

3.1 Časopis jako pojem

V předchozí kapitole jsme se věnovali prostředkům masové komunikace jako takovým. Odtud tedy víme, že časopis je vedle televize, internetu, rozhlasu apod. považován za masmédiu. Zároveň jsme se dozvěděli, že lze klasifikovat jako médium tradiční. Pokud se máme blíže věnovat časopisu jako konkrétnímu prostředku masové komunikace, je nepochybně na místě vymezit časopis jako pojem. Tento druh tištěného média je odborníky definován takto: „*tiskovina vycházející pravidelně, v určitém místě, která má nejméně půlroční a nejvíce jednotýdenní periodicitu; často je určena nějaké jasně (např. zájmově či životním stylem) vyhraněné skupině čtenářů.*“¹³ Podle toho, o jakou skupinu čtenářů se jedná, můžeme poté rozdělit periodika do několika základních skupin.

3.2 Klasifikace časopisů

V současné době máme k dispozici nepřeberné množství různých periodik. Sami jejich prodejci nebo i pracovníci knihoven popisují náš trh s časopisy jako jeden velký chaos. Tento chaos pak dokládají především obrovským kvantem nejrozumnějších periodik, který vede k nepřehlednosti. I přesto, nebo možná právě proto, se vydavatelé snaží diferencovat periodický tisk.

¹³Mediální slovníček [online]. c2009 [cit. 2. 12. 2008]. Dostupné z: < http://www.rozumetmediim.cz/slovnicek/slovniceka_ch.htm#8 >.

3.2.1 Dělení podle periodicityⁱ

Prvním dělením, které je zčásti naznačeno již v samotném teoretickém vymezení toho, co to vůbec časopis je, máme na mysli skutečnost, v jaké frekvenci se na trhu objevují nová čísla dané tiskoviny.

Již víme, že nejmenší periodicita je šestiměsíční. Dále pak máme periodika vycházející jednou za měsíc, pro která se tím pádem ujalo označení měsíčník. Předposledním v pomyslné vzestupné frekvenční řadě je čtrnáctideník, který je, jak už pojem sám napovídá, nabízen veřejnosti jednou za dva týdny. Nejčastěji vydávaný časopis se pak nazývá týdeník.

Pro naše potřeby je ještě důležité si uvědomit, že tiskoviny, které jsou vydávány denně, tedy deníky, nepatří do skupiny časopisů, ale tvoří vlastní samostatnou skupinu masového tisku.

Diferenciace časopisů na základě periodicity je sice jednou, nikoli však jedinou, možností roztřídění.

3.2.2 Dělení podle preference čtenáře

Další možnou a hojně využívanou klasifikaci se snaží objasnit a popsat Jiří Roth. Tento odborník pracuje jako šéfredaktor měsíčníku a sám své názory komentuje jako zkušenost: „*tak, jak jsem ji viděl*“- *subjektivní pohled člověka z branže*.“¹⁴ Ve svém díle nám podává zajímavý přehled kategorizace časopisů, ze kterého můžeme čerpat při snaze o ‘rozškatulkování’ všech periodik podle specifičnosti skupiny čtenářů, kterým je tiskovina určena. Roth v článku zdůrazňuje odlišnost strategie finančních příjmů jednotlivých skupin periodik. Některé časopisy jsou založeny hlavně na příjmech z inzerce firem daného oboru, jiné méně. Toto hledisko však není pro naši práci primárně důležité, proto si

ⁱ periodicita= pravidelnost

podle: LINHART, J. a kol. *Slovník cizích slov pro nové století*. Litvínov: Dialog, 2004. s. 289. ISBN 80-85843-61-7.

¹⁴ ROTH, J. *Mediální výchova v Čechách- tištěná média*. 1. vyd. Praha: Tutor, 2005. s. 5. ISBN 80-86700-25-9.

dovolíme ho ve výčtu klasifikací vynechat.

První skupinou jsou časopisy odborné, které se zaměřují na určitou odbornou skupinu. Přináší nové informace z oblasti, na kterou jsou zaměřeny. Jako příklad zde můžeme uvést časopis Chip, který je určen pro nadšence počítačové techniky.

Dalšími jsou časopisy zájmové, které bývají titulovány jako odborné časopisy pro laiky. Tyto tiskoviny se dostávají do rukou zájmově vyhraněné skupině čtenářů, jakou jsou: chataři, zahrádkáři, kuchaři, kutilové, turisté či nadšenci automobilového průmyslu. Čtenáři ve svých časopisech nacházejí novinky z oboru, ale také zajímavé rady a nápady.

Společenské časopisy nejsou primárně určeny žádné oborově vyhraněné skupině, nicméně čtenáři těchto časopisů pomyslně tvoří skupinu, která se zajímá o zmapování života ve společnosti. Na těchto stránkách nalezneme nejrůznější reportáže, příběhy a rozhovory, ale i zprávy z oblasti kulturního života (filmové, knižní a hudební recenze). Příkladem této skupiny periodik je: Reflex, Instinkt, Květy, ale zařadili bychom sem i National Geographic.

Specifickou oblast tvoří i časopisy zpravodajské. Jejich primárním účelem je doplňování podrobností k událostem uváděných v denním tisku. Událostem se věnuje větší pozornost a rozvádí se více do hloubky. Takové informace se dočteme například v časopise Týden nebo Respekt.

Troufáme si tvrdit, že pátou skupinu periodik tvoří ta, která jsou adresována naprosto odlišné skupině čtenářů než všechna ostatní. Mluvíme o bulvárních týdenících. Reálná skutečnost ve srovnání s publikovanými informacemi na stránkách těchto listů je mnohdy diskutabilní. Jedná se většinou o informace typu co, kdo, kde, s kým a proč. Pozornost se věnuje známým lidem, kteří jsou v tomto kontextu často označováni oblíbeným pojmem celebrity. Články tohoto ražení mohou být pro čtenáře sice velmi atraktivní, nicméně se domníváme, že v této skupině časopisů hrozí více jak jinde nekritické přijímání informací bez použití vlastního zdravého rozumu.

Do další sekce řadíme časopisy zábavné. Roth je dále rozvádí jako takzvaný slušnější bulvár. Máme na mysli zejména periodika pro ženy, jako například Chvilka pro Tebe, Vlasta, Katka či Tina. Na listech tohoto druhu

čtenářky nalézají příběhy ze života, recepty a nápady, křížovky a soutěže nejrůznějšího druhu. Televizní programy jako TV Star či Magazín MF Dnes můžeme také zařadit do této kategorie.

V poslední době se na stáncích hojně objevují lifestylové časopisy. Jedná se ve většině případů o měsíčníky přinášející čtenářům zábavu, která je ale zabalena do velmi luxusního kabátu. Tím se rázem diferencují pouze na určitou část obyvatel. Najdeme zde totiž zejména reklamy na produkty, které jsou dostupné řekněme pouze ekonomicky vyšší třídě. V této kategorii dochází ještě k dalšímu užšímu zacílení například na teenagerky, ženy po třicítce či mužskou populaci.

Poslední skupinu, která se pro nás tímto okamžikem stává stěžejní, tvoří časopisy určené dětem a teenagerům. Děti a mládež se zde poprvé střetávají s iluzorním světem, kde je všechno krásné, barevné a šťastné, ale s reálnou skutečností to mnohdy nemá nic moc společného. Právě proto, že tato skupina čtenářů je v podstatě nejnáchylnější ke všem svodům, které periodika nabízejí, zaslouží si naši pozornost. Je na nás, abychom se pokusili nalézt cestu, jak zamezit manipulacím s dětským myšlením.¹⁵

Vidíme tedy, že časopisů máme dostupných opravdu nepřeberné množství a je jen na nás, do jaké skupiny čtenářů se zařadíme. Všechny tyto klasifikace pomáhají k tomu, že čtenář již v podstatě tuší jaký druh informací se mu dostává do ruky. Půjde-li si čtenář koupit časopis Vlasta, těžko asi může čekat odborný článek o nově vyvinutém biopalivu. Opět se dostáváme k bodu důležitosti toho, aby čtenář uměl informace třídit podle svého zdravého uvažování. Není jistě vhodnější doba, než začít na této dovednosti pracovat již v útlém věku. Nás tedy na následujících stránkách zajímají čtenáři ve věku druhého stupně základní školy, konkrétněji chlapci i dívky v období od 11 do 15 let, a budeme se tedy zabývat výhradně časopisy určenými této věkové kategorii. Současné nabídce časopisů určených čtenářům tohoto věku se budeme podrobněji věnovat v kapitole 4.5.

¹⁵ ROTH, J. *Mediální výchova v Čechách- tištěná média*. 1. vyd. Praha: Tutor, s.r.o. 2005. s. 93-98. ISBN 80-86700-25-9.

4 DĚTSKÝ ČASOPIS VČERA A DNES

4.1 Prvopočátky dětského periodického tisku

Vezmeme-li v úvahu všechny dostupné sdělovací prostředky naší doby, můžeme tvrdit, že časopis je z nich asi nejbližší knize. Ačkoliv bychom to předem možná nepředpokládali, je tím pádem časopis poměrně staré a tradiční médium. Protože jak Opravilová¹⁶ píše dále, mezi nejstarší dětský časopis vůbec, patřily vídeňské Noviny pro děti vycházející již roku 1808. Čeští dětští čtenáři si na svůj časopis museli počkat až do roku 1843, kdy se objevila Bibliotéka mládeže a za šest let ji následoval Poučný zábavník pro milou českou mládež.

4.2 Období velkého rozkvětu

Než se naplno pustíme do historického exkurzu, měli bychom si uvědomit podmínky, za jakých periodika vycházela. Oporu ve státu autoři neměli a „většinou to byli obětaví jednotlivci, kteří na úkor svého vlastního pohodlí a výhod vydávali a redigovali tyto dětské listy.“¹⁷ Gebhartová dále zmiňuje i fakt, že velmi často za zrodem dětských časopisů stáli učitelé.

K rozvoji dětských časopisů dochází v druhé polovině devatenáctého století, kdy světlo světa spatřily i časopisy vzdělávací, naučné a výchovatelské. Mezi první z nich řadíme časopis Včelka vydávaný v letech 1850-53 pokrokovým českým učitelem Janem Sluníčkem. Děti se zde dočetly informace o zvířatech, květinách, elektřině, ale i historii naší země. Časopis byl doplněn o obrázky. Autor neopomněl ani lidovou slovesnost a proto se pravidelně na stránkách tohoto periodika objevovaly lidové hádanky, dětské hry a přísloví, což mělo napomoci získat lásku dětských čtenářů k lidové slovesnosti jako takové. Mezi další

¹⁶ OPRAVILOVÁ, E. *Knihy jako prostředek výchovy*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 1984. s. 86- 90.

¹⁷ GEBHARTOVÁ, V. *Literatura pro děti*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. s. 93.

časopisy věnující se vzdělávání, jak je uvádí Opravilová¹⁸, patří Budečská zahrada z let 1850 – 59, Zlaté klasy (1854 – 56), Komenský (1865 – 66), Přítel dítek (1874 – 79), Besídka mladých (1879 – 1914), Štěpnice (1855 – 89) a Malý čtenář (1882 – 1939).

Na prahu minulého století se pak setkáváme s časopisy Mladý Čech (1900 – 1903), Vzkříšení (1903 – 1914), Noviny mládeže (1904– 1906) a Dětský máj (1905 – 15). Významným periodikem se stalo Jaro. Jednalo se o beletristický časopis, který sám sebe charakterizoval jako: „*pokrokový časopis pro mládež*“¹⁹. Na stránkách tohoto časopisu se děti setkávali s úryvky děl a ilustrací tehdejších významných soudobých autorů.

Éra prvních let dvacátého století dala mimo jiné také prostor pro vznik zájmově diferencovaných časopisů, což dokazuje vydávání časopisu Skaut – Junák v letech 1915 – 1949. Když také autoři v roce 1906 vydávali první časopis věnovaný pouze dívkám (Česká dívka), jistě ani netušili, jaké oblibě se bude těšit právě tento druh periodika o století později.

4.3 První republika

Ačkoliv nemůžeme tvrdit, že by právě období první republiky bylo v oblasti dětského časopisectví nějak abnormálně plodné, s jistotou existují alespoň dvě periodika, která si zaslouží naší pozornost.

Prvním z nich je Kohoutek, který navázal na tradici časopisu Jaro, a s přestávkami vycházel od roku 1922 až do roku 1930, kdy byl z důvodu pokrokové levicové orientace úředně zakázán. Tento časopis se těšil velkému ohlasu možná i díky své aktuálnosti, která byla základním kritériem pro uvádění nejruznějších článků.

¹⁸ OPRAVILOVÁ, E. *Kniha jako prostředek výchovy*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 1984. s. 86– 87.

¹⁹ OPRAVILOVÁ, E. *Kniha jako prostředek výchovy*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 1984. s. 87.

Druhým významným časopisem této doby se stal Roj, jehož zrod se datuje rokem 1932. V podtitulu se uvádělo, že se jedná o „časopis nových dětí.“²⁰ Roj byl redigován R. Nekolou, L. Hanusem a J. Spilkou a byl určen mládeži staršího školního věku. Nebyl zájmově diferencován, což znamenalo, že si v něm své našel každý mladiství nezávisle na zájmech. Obsahoval jak část beletristickou, tak také naučnou. Avšak i tento časopis byl nakonec roku 1942 úředně zastaven.

4.4 Období druhé světové války a následný poválečný vývoj

Tak jako tomu bylo i v ostatních oblastech veřejného života, poznamenala druhá světová válka negativně i rozvoj vydávání dětských časopisů. Většina periodik v této době přestala vycházet. Když se pak naše země začala vzpamatovávat z války, začala se vytvářet i nová struktura tisku pro děti a mládež. Toto období tedy můžeme nazvat jako novou epochou rozvoje dětského časopisectví. V období Československé socialistické republiky drželo hlavní patronát nad vydáváním periodik pro děti a mládež vydavatelství Mladá Fronta. Časopisy byly koncipovány podle věku a zájmů tak, aby podporovaly výchovně vzdělávací systém Socialistického svazu mládeže a Pionýrské organizace.²¹

Prvním poválečným časopisem byla v roce 1945 Mateřídouška, která ale byla a je stejně jako časopis Sluníčko (z roku 1967) primárně určen nejmenším dětem. Obrátme tedy pozornost k vzniku časopisů pro mládež, kterými byly nepochybně Pionýr, Sedmička pionýrů nebo Pionýrská stezka. Poslední ze zmíněných časopisů se od předchozích dvou odlišuje především tím, že se nevěnuje pouze literární výchově, ale věnoval se čtenářům, kteří se zajímali o sport, turistiku a pobyt v přírodě.

Naši největší pozornost si ale zcela jistě zaslouží časopis ABC mladých

²⁰ GEBHARTOVÁ, V. *Literatura pro děti*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. s. 96.

²¹ GEBHARTOVÁ, V. *Literatura pro děti*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. s. 96.

techniků a přírodovědců, který mají možnost, s určitými změnami, poznat i současní čtenáři.

4.5 Přehled současného trhu s časopisy pro mládež

Historický a zejména politický vývoj naší země stál za obrovským rozmachem na začátku 90. let minulého století v oblasti tiskovin obecně, tedy i na poli periodik pro děti i mládež. Výsledkem těchto změn je současný trh, který je na první pohled přesycen časopisy pro námi vybranou kategorii a laik by bez zamyšlení mohl tvrdit, že dnešní děti jsou na tom o poznání lépe, než byly generace před nimi. Mají přeci k dispozici nepřeberné množství periodik a každý si vybere to své. To je možná pravda, když se však budeme věnovat studiu tiskovinového trhu, zjistíme, že toto tvrzení je minimálně diskutabilní, a že skutečně kvalitních časopisů pro mládež už na našem trhu tolik k dostání není.

Pro tuto chvíli však opustíme pole zpochybňování skutečné kvality dostupných časopisů, protože podrobněji budeme analyzovat vzorek časopisů, který uvedou dotazované děti při našem chystaném výzkumném šetření. Abychom se ale mohli lépe orientovat, pokusíme se i dětský periodický tisk rozdělit do několika základních skupin. Ke studiu toho, co mají dnešní děti na stáncích k dispozici, nám pomohou internetové stránky Ministerstva kultury České republiky, které vede evidenci periodického tisku.²² Z tohoto zdroje tedy čerpáme názvové údaje a data uvedených periodik.

Při sledování současného trhu s periodiky jsme si povšimli, že časopisy můžeme kategorizovat do čtyř základních skupin. Pojďme si je tedy v následujících odstavcích blíže specifikovat.

4.5.1 Časopisy blízké minulosti

Do první skupiny můžeme zařadit některá periodika, která pravděpodobně

²² *Evidence periodického tisku a vydavatelů* [online]. c2007. [cit. 20. 2. 2009]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/media-a-audiovize/periodicky-tisk/default.htm>.

neobstála v rychle se zvětšující konkurenci nebo z nějakého jiného důvodu zmizela z trhu a dnes se k nim děti mohou dostat většinou jen prostřednictvím výpůjčky v knihovně. Nejsou tedy přímo předmětem současného přehledu časopisů, nicméně vážou se k velmi blízké minulosti a děti se k nim stále ještě poměrně lehce dostanou. Mezi takové patří: Aktuální dívka (1994- 2004), Hlava (1999- 2003), Čágo Belo šílenci (1996- 2006), Moderní dívka (1994- 2004) či Bravo Girl (1993- 2004).

4.5.2 Zájmové časopisy

Tato skupina časopisů je svým způsobem vždy stejně stylizovaná. Čtenáři na stránkách naleznou články, rady a reklamy, které jsou zaměřené vždy na jeden okruh zájmů. V této skupině dochází více než v jiných k prolínání četby dospělých a mládeže. Můžeme sem tudíž řadit i periodika, která nejsou primárně určena pro děti a mládež, nicméně slouží jako zájmový časopis pro tuto skupinu. Máme na mysli například: Modelář, Chovatel, Skauting, SKI: časopis pro každého lyžaře, apod.

Mezi periodiky směřovaná výhradně do rukou mládeže jsou nepochybně již zmiňovaný čtrnáctideník ABC mladých techniků a kutilů (se současným názvem ABC – časopis generace XXI. století) nebo Junior 21. století, který vychází vedle totožného časopisu jen určeného pro dospělé publikum: 21. století, a: „*je určený pro chytré a zvědavé děti od 7 do 13 let, které se chtějí něco zajímavého dozvědět, ale zároveň se při učení bavit.*“²³ Čtenář s ním bere do ruky časopis plný poznatků ze světa vědy, techniky, přírody, astronomie, historie a dalších oborů. Dalším je Bobří stopou: zpravodaj SPFJ vycházející pod záštitou Sdružení přátel Jaroslava Foglara od roku 1993.

Poslední podskupinou zájmově zaměřených tiskovin jsou pak ty, které míří k publiku propadajícímu novým médiím, a nabízejí informace ze světa počítačové zábavy: Poutavé hry, Svět her, atd.

²³ RF-Hobby – Časopisy jsou naše hobby [online]. c2007- 2009 [cit. 20. 2. 2009].

Dostupné z: < <http://junior.rf-hobby.cz> >.

4.5.3 Populární časopisy

Oproti zájmovým listům stojí periodika populárního žánru. Rozdíl mezi těmito dvěma skupinami je především obsahový. Na rozdíl od zájmových časopisů, na stránkách těchto listů čekají na čtenáře zejména rozhovory a příběhy ze života populárních osobností, dále tyto listy monitorují naši i světovou kulturní a hudební sféru. I v této skupině můžeme pozorovat patrnou diverzifikaci do dalších podskupin.

Markantní část tvoří časopisy určené dospívajícím čtenářkám. Mezi ně řadíme: Cosmogirl!, Top dívky či Bravo Girl!.

Z časopisů jakými jsou například: W. I. T. C. H. Čarodějky: magické příběhy, kouzla a čáry, Spiderman nebo High-school musical bychom mohli vytvořit komerční skupinu periodik, reagující na aktuální televizní a filmovou produkci.

Zbytek tiskovin tohoto rázu můžeme pracovně označit jako obecné populární časopisy, které nejsou blíže specifikované určením tématu či pohlaví. Mezi ně patří poměrně stálice na našem trhu, které si mnozí z nás jistě dobře pamatují ze svých let dospívání. Jsou jimi časopisy Bravo nebo Popcorn.

4.5.4 Vzdělávací časopisy

Poslední oblast tvoří časopisy, které jsme si označili jako vzdělávací právě proto, že jejich hlavním cílem je předávat dětem informace a pomáhat jim při jejich edukaci. Protože typ předávaných informací se i zde liší, vytříbily se nám dvě podskupiny.

První z nich jsou časopisy zaměřené na pomoc při výuce cizích jazyků. Nutno říci, že některé tyto časopisy nejsou přímo dodávány na prodejní trh, ale fungují na bázích předplatného. Pro žáky němčiny je k dispozici například Deutsch Junior. Pro angličtináře pak najdeme English Junior, Magic English, Hello, Bridge či R&R= Rainbow and Raindrops: časopis na pomoc výuce angličtiny: an English Magazine for you.

Druhou skupinu tvoří časopisy, které mají za úkol předávat moudra

a informace ze života obyvatel s určitým vyznáním či specifickým způsobem života. Mluvíme například o časopise Kereka, který svým podtitulem: magazín nejen pro romské děti jasně ukazuje, které minority se informace týkají. Dalším takovým je Robinson, který je definován jako noviny pro udržitelný rozvoj a je určen pro děti každého věku. Přináší informace z oblasti ekologie a ochrany životního prostředí. Dalšími jsou časopisy předávající zásady některých u nás rozšířených náboženských vyznání. Časopis Kroky, který navazuje na dříve vydávanou Českou duhu (1994- 1998), je podle autorů: „*pro školáky, aby informoval o Bibli jako základu naší kultury a Bohu jako o tom, kdo v desateru dal základ morálce a mravnosti.*“²⁴ Dále si pak může dnešní mládež jednou měsíčně přečíst katolický měsíčník pro mládež AD: magazín Anno Domini, aj.

Pro uzavření této kapitoly, ve které jsme se snažili seznámit se s časopisy pro mládež dostupnými v současné době na našich stáncích, je nutno říci, že výběr je opravdu veliký, nicméně zdá se poněkud nepřehledný. I námi zvolené rozdělení do základních skupin a podskupin se může někomu jevit jako nesprávně identifikované, ale myslíme si, že ostré hranice není možné vytvořit a jednotlivé oblasti časopisů se navzájem prolínají. Pro naši další podrobnější analýzu vybraných časopisů nám ale toto rozdělení pomůže lépe se v bludišti dětských periodik orientovat. Tím, že máme nyní daný přehled dostupných časopisů, můžeme se směle vrhnout do školních tříd a hlavně vyučovacích hodin a podívat se teoreticky na to, jak se v tomto prostředí dá s časopisem pracovat.

²⁴ *Kroky- časopis pro děti* [online]. c2009 [cit. 20. 2. 2009]. Dostupné z:

<http://www.kroky.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=80&Itemid=98>.

5 POSTAVENÍ ČASOPISU VE ŠKOLNÍM PROSTŘEDÍ

Již několikrát jsme na předchozích stránkách zmínili, že škola je významným činitelem v životě dítěte. Děti zde tráví velkou část dne a obvykle jsou obklopeny svými kamarády, se kterými se stýkají i mimo vyučování. Není proto divu, že pokud se bavíme o formování zdravého vztahu mezi dítětem-příjemcem a mediální produkcí- vysílačem, považujeme školní prostředí za jeden z nejvýznamnějších faktorů, který se může na oné formaci podílet. Bereme-li v úvahu fakt, že škola je místem výchovy a vzdělávání, očekáváme, že bude působit tak, aby výsledek byl pouze pozitivní. Máme tím na mysli, že výuka by měla podporovat kritické přijímání tištěných masmédií a měla by učit žáky s nimi pracovat tak, aby nebyli pouze pasivní příjemci, kteří se nechávají absolutně ovládat mediálním trhem. Pod kritickým přijímáním si představujeme stav, kdy si dítě umí vybrat sobě odpovídající periodikum a umí reálně zhodnotit přínos a validitu informací v něm obsažených. V této souvislosti pak mluvíme o rozvoji mediální gramotnostiⁱⁱ.

Jak pomáhat v této sféře vzdělávání začali odborníci ve světě řešit již před pěknou řádkou let. Výsledkem byl rozsáhlý mezinárodní program, který spatřil světlo světa koncem 70. let minulého století a byl nazván Newspapers in education- Journal á l'Ecole- Zeitung in der Schule- Časopis ve škole. Tento projekt si za hlavní cíl kladl snahu zdůraznit kulturní význam četby časopisů, aby

ⁱⁱ Mediální gramotností se zpravidla rozumí soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientaci v málo přehledné a neprůhledně strukturované nabídce mediálních produktů, které vytvářejí prostředí, v němž se současný člověk pohybuje. To znamená, že mediální gramotnost je tvořena

1. poznatky na jedné straně potřebnými pro získání kritického odstupu od médií, na druhé straně umožňujícími maximální využití potenciálu médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy, aktivního naplnění volného času apod.

2. dovednostmi dovolujícími a usnadňujícími tento kritický odstup i maximální kontrolu vlastního využívání médií.

podle: JIRÁK, J., MIČIENKA, M. a kol. *Základy mediální výchovy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 9. ISBN 978-80-7367-315-4.

tak podpořil získávání aktuálních informací a četbu samotnou. V mnoha státech byl přijat hned od počátku a postupně se přidávaly další země. Organizačně projekt zabezpečily školy a finančně ho většinou podporovaly tamější vlády a ministerstva školství a kultury. Ačkoliv se jedná o program mezinárodní, každý stát má svá konkrétní specifika a formy realizace. Všeobecně je však vnímán jako dlouhodobá investice do vzdělání mladé generace.²⁵

V naší zemi se tento projekt ujal o více jak deset let později, když v roce 1992 začal Nadační fond The Prague Post rozesílat zdarma do škol (do programu přihlášených) týdeník The Prague Post spolu s výukovými plány na vybraná témata z aktuálního výtisku. Tento projekt není ovšem ani tak postaven na seznamování se s tištěným médiem, jako na pomoci při výuce anglického jazyka. Sami tvůrci vidí jeho hlavní přínos v tom, že: „*studijní plány napomáhají učitelům a lektorům zahrnout do výuky taková témata, která nebývají součástí tradičních osnov, a studium anglického jazyka se stává přitažlivějším díky lekcím, které se soustřeďují na aktuální problémy jako ekonomika, obchod, marketing, bankovníctví, nové technologie atd., které učí studenty kritickému myšlení.*“²⁶ Vzhledem k poměrně vysoké náročnosti témat se ale domníváme, že tento projekt je převážně určen studentům středních škol, což nám v podstatě i sami autoři potvrdili, když jsme je kontaktovali za účelem podrobnějšího seznámení se s programem. Nadační fond je neziskovou organizací a vzhledem k tomu, že se nám nepodařilo objevit žádný jiný podobný program, který by byl finančně podporován vládou, myslíme si, že citace z webových stránek fondu The Prague Post: „*Program Newspapers in Education je možno distribuovat do škol jen díky našim sponzorům a dárcům,*“²⁷ sice poukazuje pouze na finanční zdroj zmíněného projektu, nicméně v nás to evokuje i poměrně trefné vyjádření toho, jak se

²⁵ HOLINOVÁ, H. *Deti a prostriedky masovej komunikácie*. Bratislava: Novinársky študijný ústav, 1991. s. 5. ISBN 80-900514-7-2.

²⁶ *Newspapers in education* [online]. [cit. 10. 3. 2009].

Dostupné z: <<http://www.ppef.cz/cs/newspapers-in-education/>> .

²⁷ *Newspapers in education* [online]. [cit. 10. 3. 2009].

Dostupné z: <<http://www.ppef.cz/cs/newspapers-in-education/>> .

k podobným projektům staví naše vláda a příslušná ministerstva.

Tím ovšem nechceme říci, že by se příslušný státní aparát nezabýval otázkou mediální gramotnosti vůbec. Ba naopak. Na celkové změny ve společnosti reaguje dokument Strategie rozvoje lidských zdrojů pro Českou republiku, který má více konkretizovat a rozvinout vize Lisabonské strategie EU představující program, který akcentuje přechod k informační společnosti. Ta si žádá zvýšení úrovně vzdělání a význam celoživotního vzdělávání.²⁸ Konkrétní reakcí jsou pak nedávno proběhlé změny, které jsou sice v reálném fungování škol stále ještě v plenkách, ale s médii ve výuce rozhodně počítají. Specifické zásady šíření mediální gramotnosti si přiblížíme v následující kapitole věnované Mediální výchově jako jedné z průřezových témat nového reformního kurikulárního dokumentu.

5.1 Prostor pro rozšiřování mediální gramotnosti v rámci RVP ZV

Zmíněným kurikulárním dokumentem nemáme na mysli nic jiného, než Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (RVP ZV). Ten s rozšiřováním mediální gramotnosti počítá v jednom z průřezových témat. Ta tvoří okruhy aktuálních problémů světa a mají být nedílnou součástí základního vzdělávání. Škola je na základě RVP ZV povinna zařadit všechna průřezová témata do výuky během prvního i druhého stupně vzdělávání. Je již na každé vzdělávací instituci zda okruhy zařadí jako samostatný předmět, projekt, či využije možnosti integrovat je do vzdělávacích obsahů jednotlivých předmětů.

Naše pozornost se nyní upírá pouze na jedno z průřezových témat, kterým je Mediální výchova²⁹. Ta dětem předává základní poznatky a dovednosti týkající

²⁸ SKALKOVÁ, J. *Kategorie vzdělání a pojetí vzdělávání v soudobé učící se informační společnosti*. In SAK, P. a kol. *Člověk a vzdělání v informační společnosti: vzdělávání a život v komputizovaném světě*. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 91. ISBN 978-80-7367-230-0.

²⁹ *Rámcový vzdělávací program pro základní školy*. Praha: VÚP, 2007. s. 101- 103.

se médií a mediální komunikace. Žák si v průběhu povinné školní docházky osvojí základní poznatky o fungování současných médií, naučí se analyzovat nabízená sdělení. Dále by se měl orientovat v obsazích médií a být schopen volby adekvátního média podle aktuální potřeby (získat informace, vzdělání, zábava,...).

Mediální výchova se úzce váže na vzdělávací oblasti Člověk a společnost (podílení se médií na utváření hodnot současné moderní doby, porovnávání jevů v evropském i celosvětovém měřítku,...), Jazyk a jazyková komunikace (základní pravidla veřejné komunikace a argumentace, vnímání mluveného i psaného projevu,...), Informační a komunikační technologie (využití tištěných i digitálních dokumentů jako zdroje informací, utváření návyku ověřovat si data,...), Umění a kultura (schopnost vnímat a kriticky hodnotit artefakty umělecké i běžné mediální produkce,...).

Veškerý čas věnovaný při výuce mediální výchově musí samozřejmě odpovídat hlavním principům zmíněného kurikulárního dokumentu, zejména tedy neustále podněcovat utváření a rozvoj klíčových kompetencí. Těch program stanovuje šest a jsou jimi kompetence:

- k učení
- k řešení problémů
- komunikativní
- sociální a personální
- občanské
- pracovní.

Blíže se k náplni jednotlivých kompetencí vyjádříme hned v další kapitole, kde budeme vymezovat časopis jako jednu z didaktických pomůcek, a později pak v praktické části při konkrétních návrzích na využití periodik ve výuce.

5.2 Časopis jako didaktická pomůckaⁱⁱⁱ

5.2.1 Proč právě časopis?

V předchozích oddílech jsme se snažili neustále objasňovat a zdůrazňovat hodnotu možnosti využití časopisu při reálné výuce ve škole. Přesto se stále ještě někteří mohou ptát, proč právě časopis? Proto nyní uvádíme argumentace odborníků, které jasně mluví pro používání periodik.

Jako prvního uvádíme anglicky píšícího Paula Sandersona, který zdůrazňuje, že periodika mají všeobecnou vzdělávací hodnotu, neboť nás zásobují informacemi a neustále rozšiřují naši oblast vědění. Jsou také autentickým materiálem, což může působit jako motivační složka výuky a zaujmout žáky. Dále pak zmiňuje výhody týkající se výuky anglického jazyka, protože tisk reflektuje změny v jazyce a poskytuje různé druhy textů.³⁰

Průcha³¹ tvrdím, že jazyk je nejdůležitějším médiem ve vyučování a že bez jazykově prezentovaných informací si nelze školní edukaci představit, je další, který ač nepřímý, ale pro nás zcela jasně potvrzuje naši volbu. Je pravda, že tento autor konkrétně časopis nezmiňuje a podrobněji se věnuje učebnicím jako hlavnímu nosiči obsahu vyučování. V tom s ním do jisté míry souhlasíme, nicméně jeho teze se dá aplikovat i na časopis, neboť i to je nositel jazykově prezentovaných informací.

Je tedy zřejmé, že časopis má ve vyučovací hodině své místo. S jakou frekvencí využití a v jakém konkrétním provedení bude předmětem následujících odstavců.

ⁱⁱⁱ Didaktická pomůcka, jiným slovem učební pomůcka, je tradiční označení pro objekty, které zprostředkovávají nebo napodobují realitu. Napomáhají větší názornosti či usnadňují výuku. Mluvíme například o přírodninách, obrazech, schématech, modelech, aj.

podle: MAREŠ, J., PRŮCHA, J., WALTEROVÁ, E. *Pedagogický slovník*. 1. vyd. Praha: Portál, 1995. s. 240. ISBN 80-7178-029-4.

³⁰ SANDERSON, P. *Using newspapers in the classroom*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 1st ed. s. 2-3. ISBN 0-521-64526-3.

³¹ PRŮCHA, J. *Moderní pedagogika*. 1. vyd. Praha: Portál, 1997. s. 280. ISBN 80-7178-170-3.

5.2.2 Volba vhodné metody výuky

Již v prvních týdnech studia pedagogiky je v každém posluchači podporováno vědomí, že správný výběr vyučovací metody je jedním ze základních pilířů každé výuky. Aby taky ne, vždyť: „*všechny záměrné lidské činnosti, pozorovány z nadsledu, svými úkony vyznačují určitou trasu sledující daný cíl. Tato cesta- metoda (meta- hodos) – je tím úspěšnější a bezpečnější, čím jasněji je vymezen její cíl, čím více směrodatných informací cestující získá o podmínkách svého postupu a čím lépe se připraví na případné obtíže. Uvedené charakteristiky se v plném rozsahu vztahují i na výukovou metodu, kterou chápeme jako cestu žáků podporovaných a vedených učitelem k osvojení příslušných výchovně- vzdělávacích obsahů.*“³² Není asi nutné zdůrazňovat, že každý učitel by měl znát co nejvíce výukových metod. Měl by si být vědom, kdy a na koho je ona metoda vhodná aplikovat, a v hodinách se snažit o jejich kombinaci. Rozhodně teď nemáme v úmyslu jmenovat veškeré možné metody a jejich rozdělení do kategorií, ale spíše se v oněch, odborníky navržených kategoriích, pokusíme najít a obhájit místo pro náš neustále prosazovaný časopis.

Při studiu "nabídky" jednotlivých metod jsme zjistili, že se autor od autora v některých rozděleních poněkud odlišuje v závislosti na tom, jaká kritéria si zvolil. Pro časopis jako učební pomůcku však najdeme shodnou kategorii metod, kterou jak Maňák a Švec³³ (i když v této publikaci by nám použití časopisu mohlo zapadat i do skupiny komplexních výukových metod, konkrétně pak individuální a individualizovaná výuka, samostatná práce žáků nebo kritické myšlení), tak i Alena Vališová³⁴, označují jako práci s textem a řadí ji do skupiny slovních metod.

³² MAŇÁK, J., ŠVEC, V. *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. s. 7. ISBN 80- 7315- 039-7.

³³ MAŇÁK, J., ŠVEC, V. *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. ISBN 80-7315-039-5.

³⁴ KASÍKOVÁ, H., VALIŠOVÁ, A. a kol. *Pedagogika pro učitele*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1734-0.

5.2.3 Zásady práce s textem jako jedné z metod výuky

Upustíme nyní od obecných zásad a zkusme si vždy uvedené zásady a principy zasadit do kontextu časopisu. Tak jako tak, při využití zmíněné metody jde o práci s tištěným slovem, která může mít podle Vališové³⁵ povahu buď reproduktivní, nebo produktivní.

V prvním případě jde o to, že žáci se učí informace, které jsou v textu obsaženy. V tomto případě si trváme tvrdit, že v rámci rozvoje klíčových kompetencí je kladen důraz pouze na kompetenci k učení, neboť žák se učí vybírat vhodné způsoby učení, vyhledávat informace a pokud je aktivita správně zadána, tak i poznává smysl a cíl učení.

Pokud jde o povahu produktivní, tak v tomto případě text podněcuje tvořivou činnost žáka už například svým obsahem, kdy žáci řeší problémy, o nichž se v textu dočetli. Tím dochází k posilování nejen kompetencí k řešení problémů, ale také komunikativních, občanských i sociálních a personálních kompetencí. Žáci mohou také text sami vytvářet. V našem kontextu by mohlo jít o tvorbu či pouze návrh třídního časopisu. V této aktivitě by si pod správným vedením pedagoga na své přišly všechny kompetence stanovené v RVP ZV, neboť žáci by si například osvojovali vyhledávání a třídění informací, samostatné pozorování a experimentování, promýšlení a naplňování způsobu řešení, obhajování svého názoru, účinné spolupracování ve skupině, respektování názoru druhých, dodržování vymezených pravidel, atd.

Při práci s textem je velmi důležité, aby mu žáci porozuměli. Bez porozumění může totiž dojít k tomu, že žák buď ztratí zájem o další aktivity podobného rázu v budoucnosti, nebo bude pouze pasivně reprodukovat informace v textu obsažené. Což je přesně ta situace, které se chceme při práci s tiskem vyhnout. Nechceme, aby děti nekriticky četly a přijímaly informace, ale aby se nad textem uměly zamyslet, zhodnotit dané údaje a popřípadě si ověřit jejich

³⁵ VALIŠOVÁ, A. *Metody vyučování a jejich modernizace*. In: KASÍKOVÁ, H., VALIŠOVÁ, A. a kol. *Pedagogika pro učitele*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. s. 199-200. ISBN 978-80-247-1734-0.

pravdivost. Aby si zároveň uvědomily, že ne všechny informace prezentované v časopisech musí být validní a reálné a naučily se, že není vhodné reprodukovat a šířit informace, které si sami předem neověří.

Otázkou zůstává, jak poznáme, že žák textu porozuměl. Maňák a Švec ve své publikaci vymezují dovednosti, které na porozumění poukazují. Žák má podle nich umět:

- „vyčlenit a označit v textu (např. podtržením, barevným zvýrazněním) klíčové informace a hlavní myšlenky,
- stanovit vztah mezi těmito informacemi (např. pojmy),
- uspořádat klíčové informace podle určitého kritéria,
- vyjádřit uspořádané informace graficky,
- prezentovat obsah textu vlastními slovy,
- zaujmout k hlavním myšlenkám textu vlastní stanovisko,
- zformulovat otázky k textu,
- doplnit text vlastním, hodnotícím komentářem.“³⁶

Pokud však chceme s textem opravdu kvalitně pracovat, musíme dbát také na to, aby žáci byli při četbě aktivní. Jedině tak budou schopni nalézt vlastní způsob pro interpretaci čtených informací a jediné tak budou zdatní ve výše uvedených dovednostech. Jako učitelé máme k dispozici například aktivity, které uvádí Petty a Kovařík³⁷: zajímavé čtecí činnosti (přeloženo do kontextu periodik ve výuce, musíme dbát na správný tematický výběr článků), poznámky z četby (vypracování stručného výtahu,...), přepracování textu, hledání konkrétních informací, kritika textu (žáci dostanou za úkol zhodnotit stanovisko autora,...), nebo můžeme zadat referát.

³⁶ MAŇÁK, J., ŠVEC, V. *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. s. 65. ISBN 80-7315-039-5.

³⁷ KOVAŘÍK, Š., PETTY, G. *Moderní vyučování*. 1. vyd. Praha: Portál, 1996. s. 249. ISBN 80-7178-070-7.

5.2.4 Časopis není jen směs textů

Ačkoliv zásadním využitím časopisu bývá bez pochyby práce s články (tedy texty) v něm obsaženými, abychom mohli celou tuto kapitolu uzavřít, nesmíme se omezit pouze na četbu textu. Časopis není jen směs článků, je to také masmédiu vyznačující se výrazným grafickým zpracováním. Lákavé obálky, stránky plné zajímavých fotografií či obrázků, křížovky, hádanky, reklamy, apod. I to je jeden z možných způsobů, jak lze časopis chápat ve vztahu k procesu vyučování. A to nesmíme při úvahách o tom, jak časopis v rámci Mediální výchovy efektivně využít zapomenout. Sami se při výzkumu mezi mládeží přesvědčíme, které z uvedených částí časopisů na ně nejvíce působí a zohledníme to při návrzích na konkrétní aktivity zahrnující periodický tisk jako učební pomůcku.

6 VÝZKUM V TERÉNU

Po prostudování dostupné literatury na námi vybrané téma, nastal čas pro přípravu a realizaci výzkumu v terénu. Cílem výzkumu bylo prozkoumat stav situace v praxi:

1. Na poli pedagogickém jsme chtěli zejména zjistit jak často, a zda vůbec, je časopis učiteli při výuce využíván.
2. U dětí nás zajímal vztah k časopisu jako takovému (intenzita čtení, výběr typu časopisu, výběr rubrik, zdroj získávání periodik,...) a místo tohoto masového média na žebříčku jejich volného času.

Na základě těchto cílů jsme si stanovili základní výzkumné problémy, které jsou vyjádřeny následujícími tezemi. Z těchto tezí budeme při celém zkoumání vycházet.

6.1 Výchozí teze a hypotézy

6. 1. 1 Teze pro šetření žáků

- Lze předpokládat, že prostředky masové komunikace tvoří nedílnou součást volného času dnešní mládeže.
- Na celkový vztah dospívajícího k časopisu a jeho preference může mít vliv pohlaví i věk jedince.
- Předpokládáme, že žáci jsou ve škole seznamováni s dostupnými dětskými časopisy a jsou zvyklí s nimi v hodinách pracovat.

6. 1. 2 Teze pro šetření učitelů

- Časopis jako jeden z mediálních prostředků je v rámci RVP ZV brán jako důležitá pomůcka při vyučování a lze předpokládat, že je dnešními pedagogy vnímán jako přirozená a automatická součást výuky.
- Dá se předvídat, že učitelé druhého stupně základní školy využívají

různých rubrik časopisů pro aplikaci do výuky.

- Domníváme se, že časopisy nejsou využívány ve všech vyučovacích oblastech se stejnou intenzitou a pravidelností.
- Předpokládáme rozdíly ve frekvenci využívání časopisů při výuce mezi gymnázium a základní školou.

Tyto výchozí teze sloužily jako podklad pro vytvoření dotazníkového šetření, jež se stalo hlavní metodou výzkumu. Zároveň jsme na základě těchto tezí stanovili hypotézy, jejichž potvrzení či vyvrácení budeme mimo jiné při výzkumu sledovat.

- Hypotéza 1- Starší žáci druhého stupně základní školy se četbě časopisu věnují častěji než mladší žáci téhož vzdělávacího stupně.
- Hypotéza 2- Dívky čtou více než chlapci časopisy populárního rázu.
- Hypotéza 3- Časopisy jsou v oblasti RVP ZV Jazyk a jazyková komunikace využívány s větší intenzitou než v ostatních vzdělávacích oblastech.

6. 2 Metody a popis šetření

Jak jsme již zmínili v předchozím odstavci, hlavní metodou našeho výzkumu bylo dotazníkové šetření. Dotazníky byly zpracovány ve dvou provedeních, přičemž první z nich byl adresován dětským čtenářům navštěvující druhý stupeň základní školy a druhý z nich byl cílen na učitele působící na témže stupni vzdělávací instituce.

Výzkum byl proveden v severočeské obci Česká Kamenice. Toto město má v současné době 5459 obyvatel³⁸ a ve městě se nachází dvě instituce zajišťující vzdělávání na druhém stupni. První je Základní škola T. G. Masaryka a druhou Gymnázium Česká Kamenice. Místní gymnázium je osmileté, tudíž ho

³⁸Město Česká Kamenice [online]. c2009 [cit. 29. 3. 2009].

Dostupné z: <<http://www.ceska-kamenice.cz/mesto>>.

navštěvují i žáci ve věkové kategorii druhého stupně základního vzdělávání. Chtěli jsme získat taková data, která budou reprezentovat vzorek toho, jaká je situace v obci zmíněného charakteru, tudíž jsme provedli naši studii na obou školách. Protože jsme se snažili o co největší možné pokrytí města z pohledu našeho záměru výzkumu, rozhodli jsme se dotazníkové šetření prováděné na školách doplnit ještě o sekundární výzkum v místní knihovně a trafikách.

Dotazník směřovaný do rukou žáků (viz Příloha I) měl zjistit způsoby trávení volného času dětí a vztah účastníků výzkumu k časopisu jako jednomu z prostředků masové komunikace tak, aby se potvrdily nebo naopak vyvrátily námi stanovené teze v oddíle 6. 1. 1. Naše záměry jsme nakonec formulovali do dvaceti otázek. Dotazník se skládal z různých typů a forem položek tak, aby se zachovala variabilita otázek, která podle Gavory³⁹ vyvádí respondenty ze stereotypu. Použily jsme tedy jak uzavřené otázky, kde žáci například označovali, které časopisy znají, tak také otázky otevřené vyžadující od dotázaných vlastní volnou odpověď například na dotaz týkající se důvodů pro čtení časopisu. Dále jsme začlenili otázky polouzavřené, které podle definice: „*nejprve nabízejí alternativní odpověď a potom ještě žádají vysvětlení anebo objasnění v podobě otevřené otázky*“⁴⁰ Taková otázka se v našem dotazníku týkala například položek zjišťujících zdroje získávání periodik. Posledním typem otázek byla škála, která se v našem dokumentu tázala na frekvenci četby.

Dotazník pro pedagogy, který si můžete prohlédnout v příloze II, obsahoval osm položek. Formulář byl strukturován tak, aby i na základě jeho zpracování bylo možné zaujmout kladná či záporná stanoviska k předdefinovaným tezím. Na začátku respondenti odpovídali na položky identifikační a dále následovaly uzavřené otázky kde dotázaní vybírali pro ně nejvhodnější odpověď. Pouze poslední dvě otázky byly otevřené a dávali tak účastníkům výzkumu prostor pro vlastní volné vyjádření odpovědi. Tyto otázky

³⁹ GAVORA, P. *Výzkumné metody v pedagogice: Příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. 1. vyd. Brno: Paido, 1996. s. 105. ISBN 80-85931-15-X.

⁴⁰ GAVORA, P.: *Výzkumné metody v pedagogice: Příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. 1. vyd. Brno: Paido, 1996. s. 104. ISBN 80-85931-15-X.

byly záměrně položeny až na konci dotazníku, neboť se jednalo o informace důvěrnějšího charakteru, kde jsme se dotazovali na konkrétní zkušenosti respondentů.

Sekundární doplňkový výzkum se sestával z polostrukturovaného interview^{iv}. Prvním z dotázaných byla pracovnice místní knihovny. Hlavním záměrem bylo zjistit, jaká je nabídka a možnost výpůjček časopisů zmíněných v dotazníku pro žáky. Zařadili jsme i otázku, které směřovali k zjištění možnosti spolupráce místních škol a knihovny. Maloobchodníci zaštiťující pokrytí trhu s tiskovinami ve městě byli poslední skupinou našeho zájmu při "práci v terénu". Jak jsme již uvedli výše, tato část výzkumu nebyla stěžejní, nicméně se ukázala jako velmi vhodný zdroj informací pro analýzu dostupnosti jednotlivých časopisů ve zkoumaném městě.

6. 3 Charakteristika respondentů

Po našem rozhodnutí provést studii právě na školách v České Kamenici muselo logicky následovat určení subjektů výzkumu. Tím máme na mysli všechny osoby, od kterých chceme při bádání získat informace. Tito lidé pak tvoří tzv. základní soubor⁴¹. Vzhledem k tomu, že jsme se rozhodli provést výzkum pouze na odpovídajících školách dostupných v jednom konkrétním městě, zdůrazňujeme hned na počátku, že výsledky výzkumu jsou vypovídající pouze pro toto konkrétní místo a školy, a nemůžou být v žádném případě přenášeny na jiné základní soubory, byť i vyskytující se ve městě s podobnými parametry jaké má Česká Kamenice. Neboť i kdybychom předpokládali, že lze nalézt město s totožnou rozlohou, počtem obyvatel i škol, vlastnosti základního vzorku mohou být ovlivněné jinými charakteristikami jako např. geografickou polohou,

^{iv} U polostrukturovaného interview se respondentovi nabídnou alternativy odpovědí, ale potom se ještě od respondenta žádá objasnění anebo vysvětlení.

podle: GAVORA, P. *Výzkumné metody v pedagogice: Příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. 1. vyd. Brno: Paido, 1996. s. 130. ISBN 80-85931-15-X.

⁴¹ GAVORA, P. *Výzkumné metody v pedagogice: Příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. 1. vyd. Brno: Paido, 1996. s. 59. ISBN 80-85931-15-X.

sociálním rozvrstvením apod.

6. 3. 1 Soubor žáků

U základního souboru, nazvaného pracovně žáci, jsme provedli záměrnou volbu výběrového souboru, která se uskutečňuje určením znaků populace důležitých pro dané zkoumání⁴². V našem případě byl oním znakem věk žáků. Vzhledem k tomu, že jsme se chystali sledovat, jak je vztah k časopisu determinován věkem respondenta, rozhodli jsme se zvolit si jako výběrový soubor nejmladší a nejstarší žáky druhého stupně základního vzdělávání a tomu odpovídající třídy gymnázia. S přihlédnutím k faktu, že českokamenické gymnázium je malou školou čítající od každého ročníku pouze jednu třídu, volili jsme z obou škol po jedné třídě z každého ročníku, abychom tak zachovali co nejvyrovnanější možný poměr respondentů jednotlivých škol a pokusili se tím co nejvíce eliminovat zkreslení výsledků.

Celkově jsme při výzkumu v řadách žáků dosáhli 65 správně vyplněných dotazníků. Konkrétní zastoupení z hlediska diferenciací věku a pohlaví uvádíme v následující tabulce.

	Celkem	Dívky	Chlapci
Celkem	65	26	39
6. ročník + Prima	36	15	21
9. ročník + Kvarta	29	11	18

Tabulka 2- Poměr počtu respondentů z aspektu věku a pohlaví

Údaje zobrazují rozložení respondentů z hlediska věku a pohlaví vyjádřenou konkrétním počtem dětí.

⁴² GAVORA, P. *Výzkumné metody v pedagogice: Příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. 1. vyd. Brno: Paido, 1996. s. 64. ISBN 80-85931-15-X.

Ještě předtím, než se posuneme k popisu dalšího souboru respondentů, rádi bychom osvětlili důvody, proč není poměr z hlediska věku i pohlaví stejný vždy mezi oběma kategoriemi žáků. Tento výsledek je podmíněn hned několika důvody, tím hlavním je způsob vybírání výzkumného souboru. V předchozích řádcích jsme si jasně stanovili, proč jsme volili právě tyto ročníky. My však nejsme schopni ovlivnit počet dětí ve třídě a vycházíme tedy z toho, co je nám dáno k dispozici. Stejně tak proporční rozdělení dívek a chlapců v našem výzkumu je dáno poměrem obou pohlaví v jednotlivých třídách. Nicméně tento stav nepovažujeme za problém, neboť naším záměrem při zpracovávání šetření beztak bude sledovat právě i rozdíly mezi jednotlivými pohlavími či ročníky.

6. 3. 2 Soubor učitelů

V oblasti zjišťování míry využitelnosti časopisu při samotném vyučovacím procesu náš základní soubor představovali všichni učitelé obou škol. Před distribuováním dotazníků učitelům gymnázia jsme se samozřejmě nejprve u paní ředitelky ujistili, zda skutečně všichni oslovení členové pedagogického sboru působí i v ročnících nižšího stupně gymnázia. Tento krok jsme podnikli, abychom tak předešli situaci, kdy by se dotazník dostal do rukou pedagoga, který nevyučuje v žádném z ročníků odpovídajících druhému stupni základního vzdělávání, ale působí na stupni třetím, a není proto součástí námi určené populace^v. V tomto případě jsme neprováděli žádnou selekci výběrového souboru, neboť vzhledem k velikosti obou učitelských sborů bylo při dotazníkové sondě bez problémů možno pokrýt celý základní soubor.

Celkem se výzkumu zúčastnilo 24 pedagogů, přičemž 13 z nich působí na základní škole a zbylých 11 učitelů vyučuje na gymnáziu. Jsme si vědomi toho, že velikost vzorku je poměrně malá, nicméně tento jev je determinován velikostí

^v Jako synonymum sousloví základní soubor můžeme použít i termín populace.

podle: GAVORA, P. *Výzkumné metody v pedagogice: Příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. 1. vyd. Brno: Paido, 1996. s. 59. ISBN 80- 85931- 15- X.

obou škol a od toho se odvíjející velikostí pedagogického sboru. Co se týče rozdělení podle pohlaví, 33% respondentů reprezentuje mužskou populaci a zbylých 67% vyjadřuje odpovědi žen, učitelek.

6. 3. 3 Doplnkový výzkum

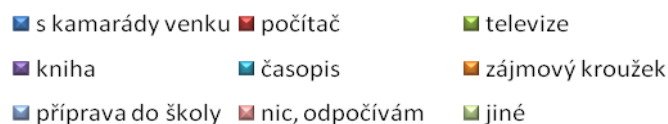
Co se našeho doplňkového výzkumu týče, i zde bylo stanovení základního souboru jasné hned od zrodu ideje v hlavě. Potřebovali jsme zjistit dostupnost časopisů v místě primárního výzkumu. Předmětem zkoumání se v této části stala vedoucí pracovnice místní knihovny a šest maloobchodních prodejců tiskovin.

6.4 Výsledky šetření a diskuse

Místo výzkumu, soubor vhodných respondentů i popis metod šetření jsme si vysvětlili a můžeme se tedy pustit do analýzy výsledků celého našeho bádání. Nejprve se podíváme na výsledky získané dotazováním žáků, při jejichž zpracování se budeme soustředit na rozdíly podmíněné věkem a pohlavím respondentů. Poté se přesuneme do vyučovacího procesu, kde budeme při vyhodnocování odpovědí respondentů z řad pedagogů sledovat mimo jiné i odchylky spojené s typem školy a vzdělávací oblastí, ve které odpovídající působí. Data získaná prostřednictvím sekundárního výzkumu budeme uvádět pouze doplňkově tak, jak si to bude žádat situace.

Ihned po uvedení identifikačních údajů o své osobě, odpovídali žáci na otázku: Čemu se ve volném čase nejčastěji věnuješ? Povšimněte si, že otázka byla cílena na činnosti konané nejčastěji a až v následující položce jsme zjišťovali, které z těchto činností jsou u školáků nejoblíbenější. Informace o aktivitách dětí ve volném čase byla stěžejní zejména pro zjištění toho, jaké postavení mají v konkurenci ostatních činností prostředky masové komunikace. Náš graf ukazuje jaká je situace u námi dotázaných dětí.

Volný čas dětí



Graf 1- Volný čas dětí

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby žáků vyjádřenou v procentech.

Z grafu názorně vidíme, že prostředky masové komunikace (televize, počítač, časopis) tvoří nedílnou součást volného času dětí. V následující položce se jako nejoblíbenější ze zmiňovaných činností, se svými 37% ve výsledném skóre, ukázalo být chození s kamarády ven, následované činností na počítači (21%). Námi sledovaný časopis se s pouhými 3% umístil na zadních příčkách žebříčku, kde se o svou pozici dělil s četbou knihy a nic neděláním a nechal za sebou pouze sledování televize a přípravu do školy.

Další položky dotazníku se již týkaly pouze vztahu k časopisu. Zde jsme se nejprve chtěli dozvědět, které časopisy děti mají v podvědomí. Ukázalo se, že naprostá většina z nich zná časopisy populárního a zájmového rázu (Bravo, Popcorn, ABC, Spiderman,...), kdežto čtenáři mající alespoň malé povědomí o časopisech vzdělávacích představují mizivou část. V následující tabulce si můžete prohlédnout, jak malé procento dětí v šetření uvedlo, že zná časopisy z kategorie vzdělávacích.

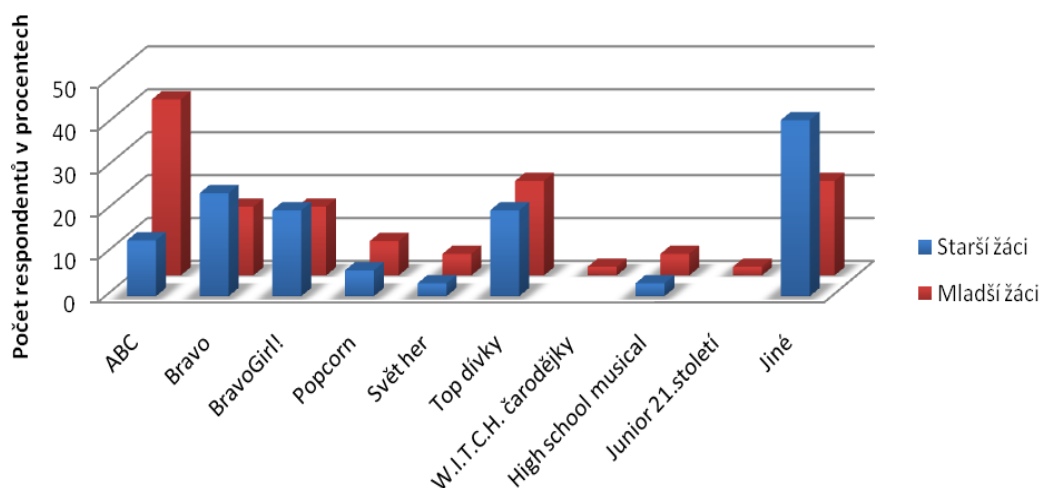
Bobří stopou	0%
Bridge	10%
Hello	16%
Kereka	1%
Kroky	0%

Tabulka 3 – Znalost dětí v oblasti vzdělávacích časopisů

Údaje zobrazují relativní četnost kladných odpovědí žáků vyjádřenou v procentech.

V další otázce, kde jsme zjišťovali míru oblíbenosti uvedených časopisů, už se výsledky výrazněji lišily v závislosti na určení pohlaví a věku respondenta. Proto pro interpretaci těchto výsledků volíme grafy porovnávající jednotlivé kategorie. Na prvním z nich jsou data zadána tak, aby byla jasně patrná preference respondentů v oblasti volby časopisu v závislosti na jejich věku. Hodnoty se od sebe v kategorii mladších žáků, čili zástupců šestého ročníku základní školy a primy na gymnáziu, a starších žáků, reprezentujících skupinu devátého ročníku základní školy a kvarty, nijak rapidně neliší. Patrný je rozdíl pouze u časopisu ABC, který se těší velké oblíbenosti u mladší kategorie respondentů, a u možnosti Jiné, která se naproti tomu častěji vyskytla v odpovědích starších žáků. Žáci zde zmiňovali časopisy převážně zájmového rázu, které však nejsou primárně určeny pro věkovou skupinu dospívajících. Mluvíme o časopisech jako: Score, Level, Epocha, Autosport a Tuning, aj.

Preference podle věku

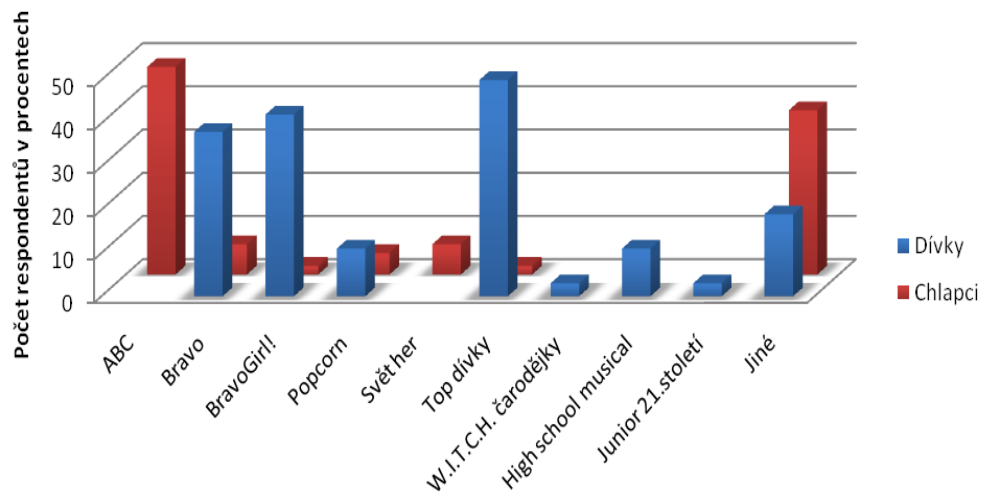


Graf 2- Preference podle věku

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby žáků vyjádřenou v procentech.

Výrazné rozdíly preferencí z hlediska pohlaví respondentů jsou zcela evidentní hned při prvním pohledu na další graf. Příčinu vidíme v tom, že dívky častěji sahají po populárních časopisech, zejména po periodikách s dívčí tematikou (Top dívky, BravoGirl!), a chlapci se zase více orientují na zájmové časopisy nabízející informace ze světa techniky, vědy a podobných oblastí.

Preference podle pohlaví

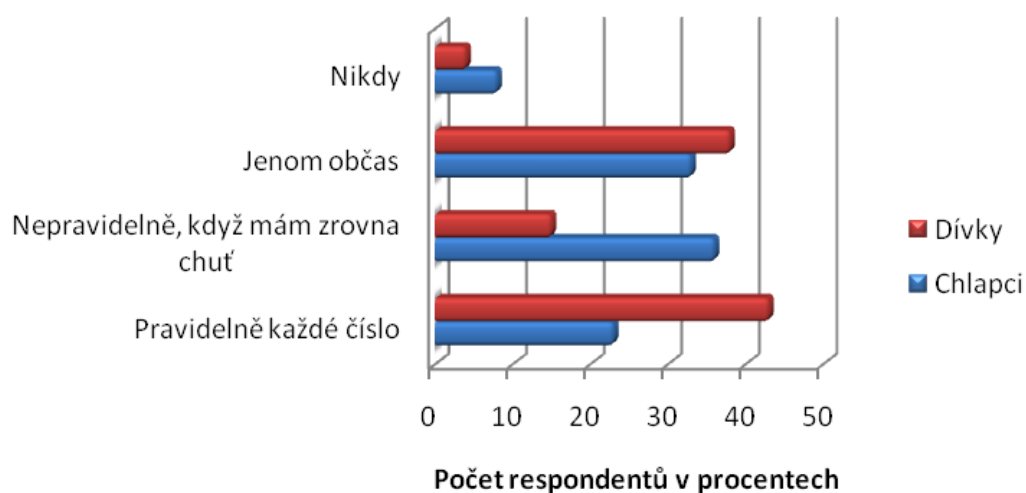


Graf 3- Preference podle pohlaví

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby žáků vyjádřenou v procentech.

V další části nás zajímalo, v jaké frekvenci se děti čte časopisů věnují, a co je k tomu obvykle vede. Zvolili jsme k tomu kombinaci škálové a otevřené otázky. Většina respondentů uvedla, že čte časopis "jenom občas", tuto odpověď zvolilo 35% dětí. Tento celkový údaj však může být zatížen statistickou chybou, která je způsobena nestejným poměrem respondentů z hlediska pohlaví (viz Tabulka v sekci 6.3.2 Soubor žáků). Podíváme-li se na následující graf, vidíme, že mnohem častěji ve svém volném čase sáhnou po časopise dívky. Většina z nich čte pravidelně každé číslo. Kdežto většina chlapců čte časopisy nepravidelně.

Intenzita četby s rozdílem pohlaví

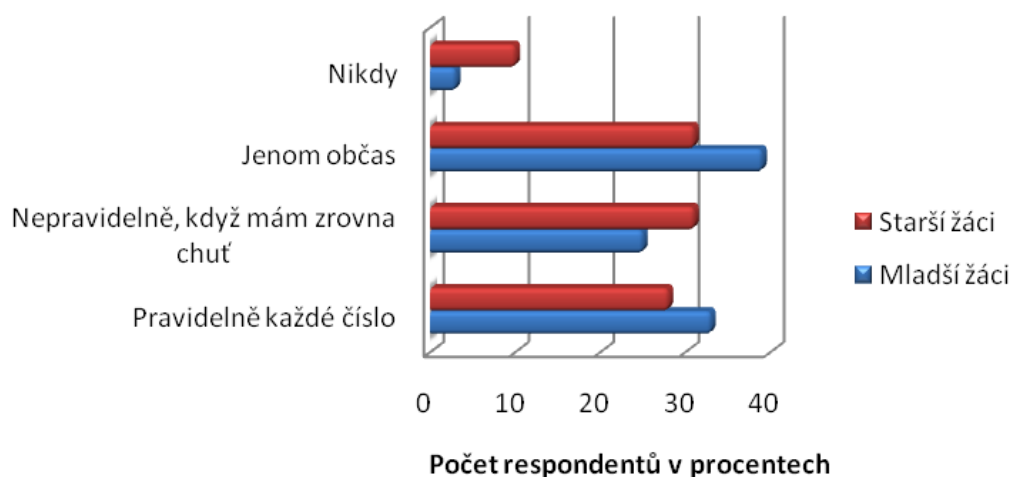


Graf 4- Intenzita četby časopisu s rozdílem pohlaví

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby žáků vyjádřenou v procentech.

U starších a mladších dětí výsledky nedosáhly žádných za zmínku stojících rozdílů. A odpovědi byli téměř vyrovnané. Jako důkaz naší interpretace uvádíme následující graf.

Intenzita četby s rozdílem věku



Graf 5- Intenzita četby časopisu s rozdílem věku

Údaje vyjadřují relativní četnost volby žáků v procentech.

Zajímavým, i když ne příliš veselým zjištěním bylo, jak zanedbatelný počet dětí má některý z dostupných časopisů předplacený. Z celkového počtu 65 respondentů má předplatné mizivých 7 žáků. Z nichž jsou předplatiteli 3 chlapci (2 z šestého a 1 z devátého ročníku) a 4 děvčata (z každého ročníku po dvou předplatitelkách). Okamžitě nás to samozřejmě nutí zamýšlet se nad možnými příčinami. Lze předpokládat, že jedním z hlavních důvodů může být finanční stránka věci. Ostatně i výsledky našeho doplňkového výzkumu tuto domněnku nepřímo potvrzují. Pět ze šesti dotázaných prodejců v rozhovorech uvedlo, že na prodejnost či úspěšnost časopisu na místním trhu s tiskovinami má rozhodně vliv cena periodika. V pozdější analýze vybraných časopisů si na příkladech ukážeme, kolik takový časopis může stát. Přičemž již teď můžeme říci, že podle dostupných informací může časopis čtenáře orientovaného na svět počítačů a her přijít i na téměř dvě sta korun za výtisk, což už může být při měsíční periodicitě vskutku nemalá zátěž na rodinný rozpočet. Periodika, která se nám při výzkumu ukázala být nejoblíbenějšími (ABC, Top dívky,...), sice spadají do cenově přijatelnější kategorie, i tak ale částky nejsou zanedbatelné a mohou hrát velkou roli. Při pozdějším studiu tiskovin se tedy budeme zajímat i o to, jaké jsou podmínky předplatného. Zda poskytují předplatitelům nějaké finanční zvýhodnění apod.

Nyní se od frekvence čtení dostáváme ke zdroji dat vypovídajících o motivech pro čtení časopisu. Nejprve nás v této části zajímalo, podle čeho si děti časopis vybírají. Položili jsme jim uzavřenou otázku, nabízející čtyři možnosti, přičemž mohlo být označeno více odpovědí. V tomto bodě nám analýza výsledků nenabídla žádné difference v preferencích děvčat či hochů, starších či mladších dotázaných. Pro exaktní zobrazení výsledných hodnot tedy můžeme využít výsečového grafu, který nám zřetelně ukazuje, že naprostou většinu všech respondentů naláká k přečtení časopisu jeho obsah.



Graf 6- Kritéria výběru časopisu

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby žáků vyjádřenou v procentech.

Co se týče důvodů proč děti časopis čtou, jsme se nejčastěji setkávali s odpověďmi typu: "Abych se dozvěděl/a něco nového", "Kvůli zajímavostem". I z těchto odpovědí je zřejmé, že největší roli hraje obsah časopisu. Ostatně zamyslíme-li se a vybavíme si jakoukoli televizní či jinou formu reklamy, i ty jsou vytvořeny na stejné bázi. Nalákat čtenáře ke koupi právě zajímavým obsahem. I když v oblasti reklam je někdy velmi časté, že obsah nemusí být nikterak zábavný či zajímavý, ale reklama ho svými prostředky v tomto světle představí.

Tímto se dostáváme k jedné z dalších částí našeho dotazníku, kde jsme zjišťovali, jaký mají děti vztah k inzercím v časopise. Na otázku: Máš rád reklamy v časopisech? odpovědělo kladně 40% dotázaných. Chlapců, kteří reklamu v časopisech rádi mají bylo 31%, kdežto dívek 54%. Rozdíl mezi mladšími a staršími žáky byl mizivý. Zajímalo nás také, jak se k reklamě a časopisu vůbec staví rodiče. Samozřejmě vycházíme stále z dat posbíraných u dotázaných žáků a prezentujeme tedy výsledky tak, jak své rodiče vidí jejich ratolesti.

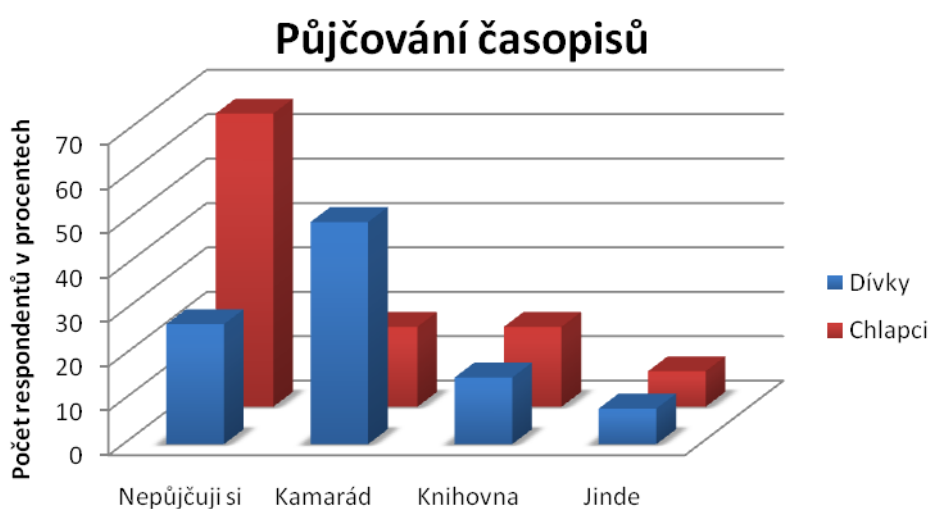
Na otázku: "Kupují Ti rodiče nějaký časopis?" kladně odpovědělo 48% dotázaných, tedy téměř polovina z nich. Poměr z hlediska dívek a chlapců i rozdílu věku byl vyrovnaný. Zajímavé srovnání k této položce nám poskytly

výsledky odpovědí na otázku, zda si rodiče s dětmi povídají o tom, co si v časopise přečetly. Z teoretické části již víme, že co se týče budování vztahu média-dítě a rozšiřování mediální gramotnosti, má na dítě rodina podstatný vliv a formování tohoto vztahu ze strany rodiny může být mnohdy zásadní. Neboť v případě, že rodiče nepodporují správný vývoj zmíněného vztahu a neučí děti kriticky mediální produkci přijímat, pak už, jak se u nás lidově říká, "to učitel ve škole těžko dožene". Otázkou samozřejmě je, jak moc se učitelé snaží "to dohnat", ale k tomu se dostaneme až později.

Vraťme se tedy zpět k rodičům. Protože už víme, že téměř polovině dětí z našeho výzkumu rodiče nějaký časopis kupují a v 45% kladných odpovědí je to dokonce více, jak jeden časopis, již dopředu jsme předpokládali, že se rodiče následně zajímají o to, co dítě z časopisu načerpalo. Avšak opak byl pravdou. Pouhých 27% všech respondentů uvedlo, že si s nimi rodiče povídají o tom, co si v periodiku přečetli. Majoritní část těchto odpovědí (téměř 80%) uvedli děti nižší věkové kategorie, tedy žáci šestého ročníku. Takový poměr nám nepřijde nikterak zarážející, neboť je všeobecně známé, že s postupem času často dochází ke změně hodnot a přijímání autority (kterou rodiče, alespoň teoreticky, bezpochyby představují) může být často odmítáno. Míra zjištěného zájmu rodičů o jakoukoli zpětnou vazbu od dětí nám ale přijde opravdu nedostačující. Naopak z oněch málo počtu rodičů, kteří si s dětmi o časopise povídají (podle vyjádření respondentů pouze 27%), se ukázalo 28% rodičů takových, kteří ačkoliv dítěti žádný časopis nekupují, ani dítě nemá předplatné, stejně se o zpětnou vazbu zajímají a s dítětem si povídají.

Protože koupě časopisu je jen jednou, nikoliv jedinou cestou, jak se k němu dostat, zajímalo nás, zda si děti časopis půjčují. V případě, že odpověď byla kladná, chtěli jsme také vědět, kde si ho obvykle půjčují. Celkem si časopisy půjčuje 49% respondentů. Vzhledem k tomu, že jsme vyhodnotili položku dotazníku i s ohledem na věk a pohlaví, uvádíme pro názornost hodnoty zanesené v grafu tak, aby ukázaly rozdíl mezi chlapci a děvčaty, protože ten byl téměř propastný. Z grafu vidíme, jak moc se odpovědi lišily a při pohledu na čísla zobrazená ve sloupci: Nepůjčuji si, je možné si dopočítat, že časopisy si půjčuje 73% dívek, ale chlapců je pouhých 34%. Vzhledem k výsledkům zpracovaných

na základě rozhovoru s paní knihovnicí nás vcelku nepřekvapuje, že tak málo žáků uvádí, že si půjčuje časopis v knihovně. Místní knihovna totiž svým členům nabízí pouze časopisy: Dívka, Popcorn, Kačer Donald, Čtyřlístek, Náš miláček, Náš pes. Ačkoliv dříve byla podle respondentky nabídka širší, v současné době musela knihovna, z nařízení Městského úřadu České Kamenice jako jejího zřizovatele, zrušit odebírání některých časopisů. Důvodem podle ní nebyl nízký zájem dětí, ale finanční náklady.

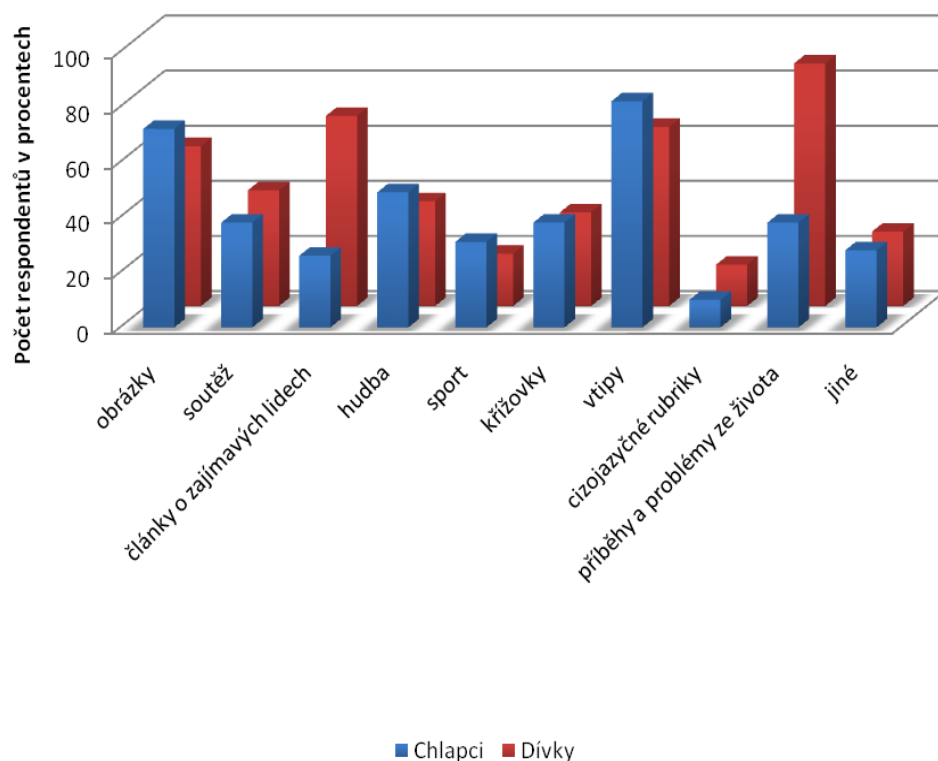


Graf 7- Půjčování časopisů

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby žáků vyjádřenou v procentech.

Pomalu ale jistě se z oblasti zkoumání volného času a časopisu jako takového přesouváme do sféry vzdělávací. Následující výsledky totiž ukazují, které části časopisu děti nejvíce zajímají. Tuto položku považujeme za stěžejní pro práci učitelů. Neboť pokud se pedagog rozhodne použít jako didaktickou pomůcku v hodině právě časopis, měl by nejen přemýšlet o tom, jaký časopis by to měl být, ale zároveň také, jakou rubriku si vybrat. Vědomí toho, která z rubrik je u dětí nejoblíbenější mu podle našeho mínění může velmi ulehčit výběr. Opět si výsledky analyzujeme z pohledu rozdílů odpovědí mezi hochy a děvčaty a následně i mezi mladšími a staršími dětmi.

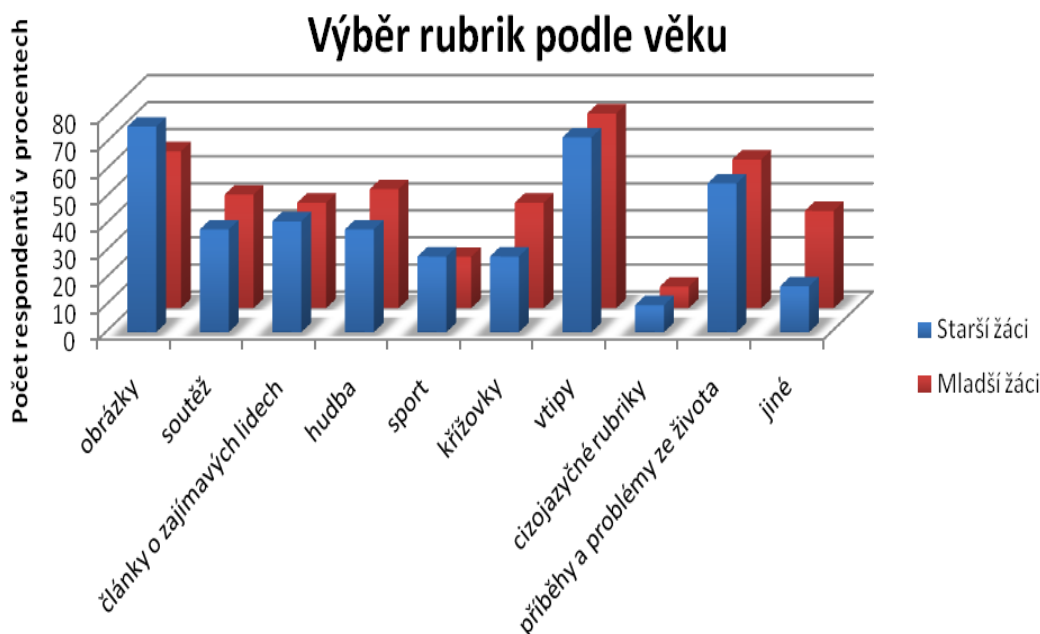
Výběr rubrik podle pohlaví



Graf 8- Výběr rubrik podle pohlaví

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby žáků vyjádřenou v procentech.

Celkově vidíme, že průměrně se nejvyšší oblibě u obou pohlaví těší část časopisu věnovaná vtipům. U chlapců se tento sloupek dokonce umístil na prvním místě. U dívek pomyslný závod vyhrály příběhy a problémy ze života. Příčinu vidíme v preferencích jednotlivých časopisů, jejichž výsledky jsme prezentovali na začátku tohoto oddílu. U dívek jasně dominovaly dívčí časopisy, které, jak je obecně známo, obsahují značné množství článků zmíněného typu. Ostatní rubriky nevykazují žádné propastné rozdíly. Mezi sekcemi označenými jako Jiné děvčata nejčastěji zmiňovala testy, horoskopy a fotoromány. Chlapci pak uváděli komiksy, plakáty a hry.



Graf 9- Výběr rubrik podle věku

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby žáků vyjádřenou v procentech.

Devátý graf nám odhaluje fakt, jak ovlivňuje věk respondenta preference rubrik. Je patrné, že žádný markantní vliv věk nemá, protože jasně vidíme, že jednotlivé odpovědi jsou procentuálně vyrovnané v obou kategoriích. Na předních příčkách se objevují vtipy a obrázky. Mladší žáci si pak více než jejich starší kolegové oblíbili ostatní rubriky. Které z nich to byly jsme uvedli v předchozím odstavci.

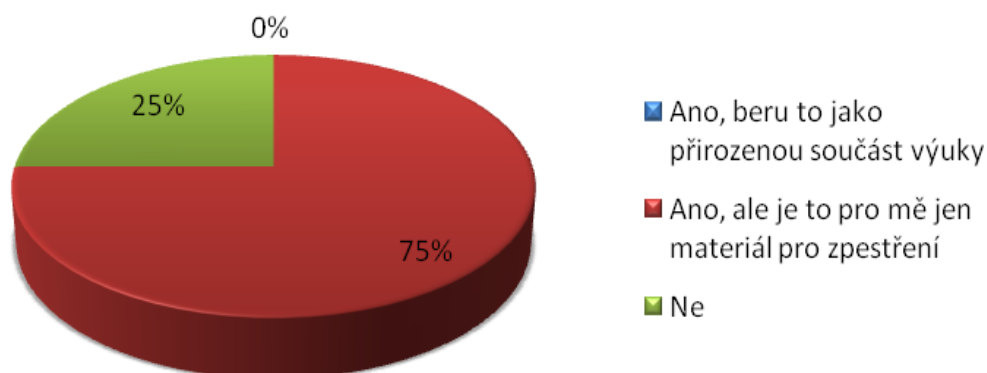
Nyní už bychom se při zveřejnění výsledků zpracovaných odpovědí na další položky opravdu rázem pomyslně přenesli do školních lavic. My bychom ale rádi uvedli tato data v kontextu některých výsledků vyplývajících z výzkumu mezi učiteli a proto si pojd'me zpracovat a vyhodnotit jejich uvedené odpovědi.

I pro učitele jsme si na začátku připravili dotazy vyžadující data potřebná pro jejich následné kategorizování. Hlavním záměrem našeho bádání mezi pedagogy bylo zjistit, jaké má postavení časopis jako didaktická pomůcka ve vyučovacích hodinách námi zkoumaných škol.

Na začátek si uvedeme jednotlivé hodnoty, které respondenti označili jako

odpověď na otázku: Využíváte ve své práci některé dětské časopisy?

Postavení časopisu ve výuce



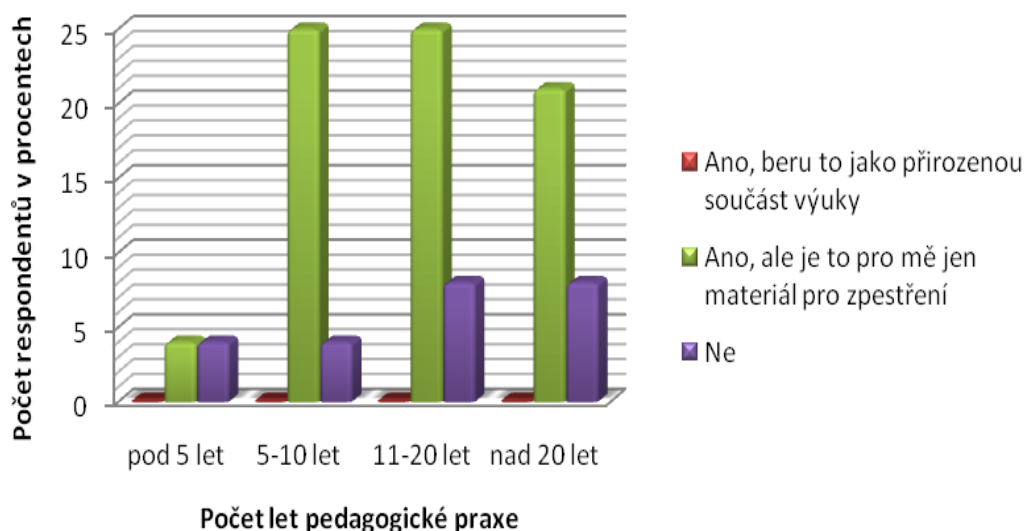
Graf 10- Postavení časopisu ve výuce

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby učitelů vyjádřenou v procentech.

Graf nám ukazuje, že nikdo z dotázaných nepovažuje časopis za přirozenou součást výuky. My si na základě prostudované literatury týkající se metodiky (jejíž hlavní myšlenky byly nastíněny v teoretické části, konkrétně v kapitole 5) naopak myslíme, že vzhledem k probíhajícím reformám školních stanov a obsahu kurikula by časopis měl být brán jako samozřejmost pro výuku. Ukazuje se totiž být velmi dobrým nástrojem pro využití v hodinách, a tudíž se stává jedním z mnoha didaktických pomůcek. Toto naše uvažování je zcela jistě ovlivněno i studiem na pedagogické fakultě, které samozřejmě musí nezbytně nutně reagovat na tyto změny a připravovat své studenty tak, aby byli schopni "naskočit do rozjetého vlaku" všech těchto změn. Napadlo nás tedy podívat se na souvislosti mezi postojem učitelů k časopisu ve vyučování a délkou profesní praxe respondentů. Jsme si samozřejmě vědomi toho, že léta pedagogické praxe uvedená konkrétními respondenty nemusí nutně definovat jejich věk a časovou dataci jejich studia. Nicméně počet odučených let je jakýmsi vodítkem pro náš problém, neboť se dá předpokládat, že učitel působící ve školství přes třicet let

nebude reagovat na probíhající změny sám od sebe tak pružně, jako by tomu mohlo být u začínajících pedagogů. Pojdme si nyní prohlédnout grafické znázornění, ve kterém jsou promítnuty nyní popsané souvislosti.

Časopis ve výuce X Délka pedagogické praxe



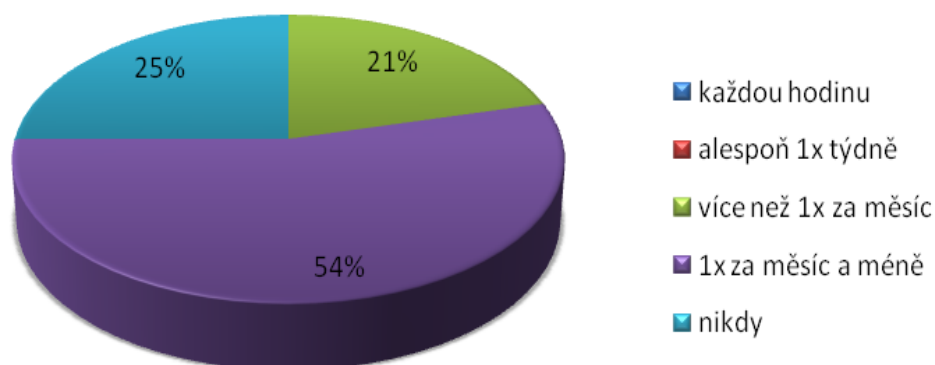
Graf 11- Souvislost postoje učitelů k časopisu ve výuce s délkou jejich pedagogické praxe

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby učitelů vyjádřenou v procentech.

Můžeme si tedy povšimnout, že naše myšlenky a návrhy možného vlivu počtu odučených let s vnímáním časopisu ve výuce se částečně potvrdily. Učitelé s delší, můžeme říci, že mnohdy "letitou" praxí, odmítají využívat časopis ve výuce mnohem častěji, než učitelé působící ve školním prostředí méně jak deset let. Samozřejmě si neděláme žádný nárok na zobecnění našeho závěru, pouze ukazujeme, jakých výsledků jsme dospěli po výzkumu na obou vybraných školách.

Dále jsme chtěli zjistit s jakou intenzitou učitelé celkově časopis do svých hodin zařazují. Tento výsledek potřebujeme pro další porovnání možných vztahů.

Intenzita využití časopisu



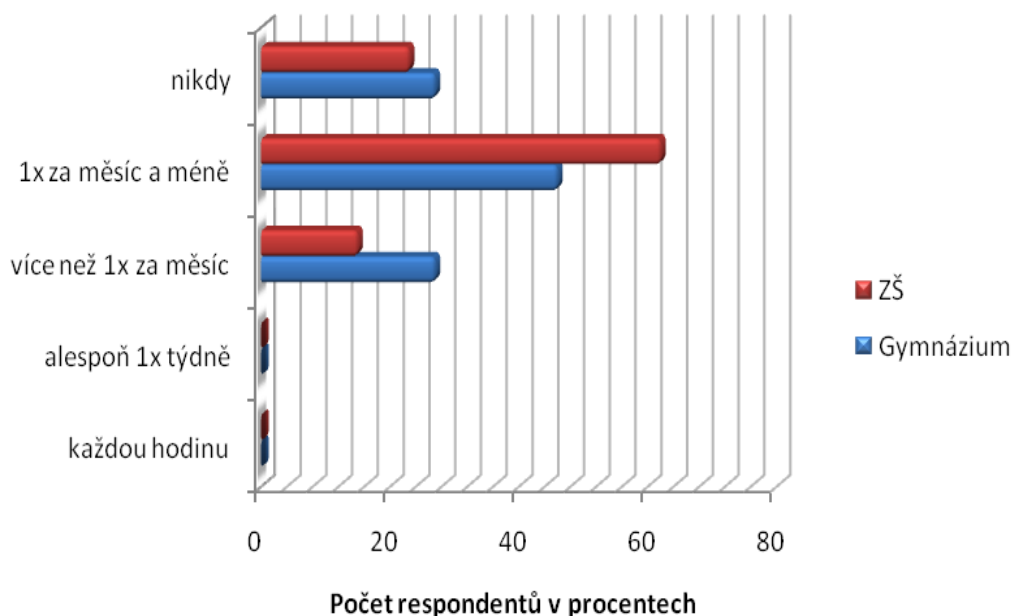
Graf 12- Frekvence využití časopisu ve výuce bez rozdílu školy či vzdělávací oblasti

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby učitelů vyjádřenou v procentech.

Abychom se při vyjadřování konečných závěrů tak, jak korespondují s našimi tezemi, mohli vyjádřit skutečně ke všem stanoveným tezím, nebude nám tento graf zobrazující pouze celkový poměr stačit. Je nutné vyjádřit si ještě výsledky porovnávající jednotlivé typy škol a následně pak také graficky zobrazit vztahy mezi jednotlivými vyučovanými vzdělávacími oblastmi a frekvencí využívání.

Při pohledu na další graf číslo 13 se nám nabízí srovnání intenzity užívání podle rozdělení na typy škol.

Intenzita využití podle typu školy



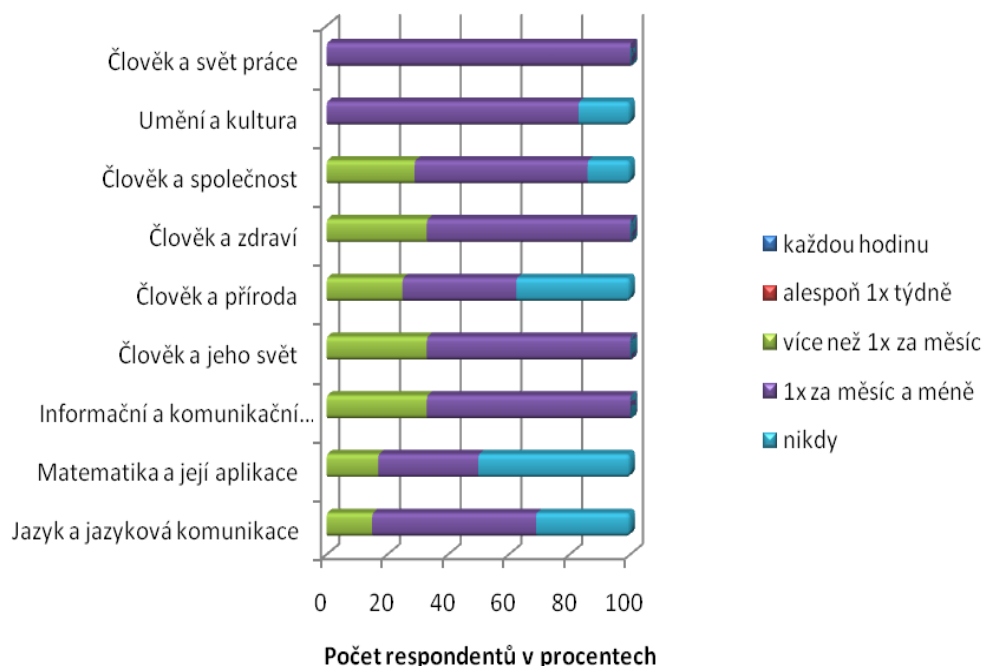
Graf 13- Intenzita využití časopisu podle typu školy

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby učitelů vyjádřenou v procentech.

V tomto momentě je na místě uvést i výsledky dětských respondentů, neboť i u nich nás zajímalo, jak vnímají periodu využívání časopisů v hodinách. Výsledky jsou poměrně zarážející. 41% gymnaziálních studentů uvedlo, že s časopisy v hodinách nepracují, ačkoliv oni by chtěli. Zatímco dospělých respondentů, kteří časopis nepoužívají bylo "pouze" 27%. Situace na druhém typu školy byla naprosto odlišná. Zde žáci zaujmuli k časopisu téměř negativní postoj, neboť 42% dotázaných ani nestojí o to, aby učitelé časopis do hodin přinášeli.

Pojďme se nyní podívat na graf, který nám poodhalí, jakých výsledků dosáhli respondenti rozdělení do kategorií jednotlivých vzdělávacích oblastí. V dotazníku byly uvedeny všechny vzdělávací oblasti tak, jak jsou stanoveny v RVP ZV.

Intenzita využití podle vzdělávací oblasti



Graf 14- Frekvence využití časopisu ve výuce v souvislosti s vyučovanou vzdělávací oblastí

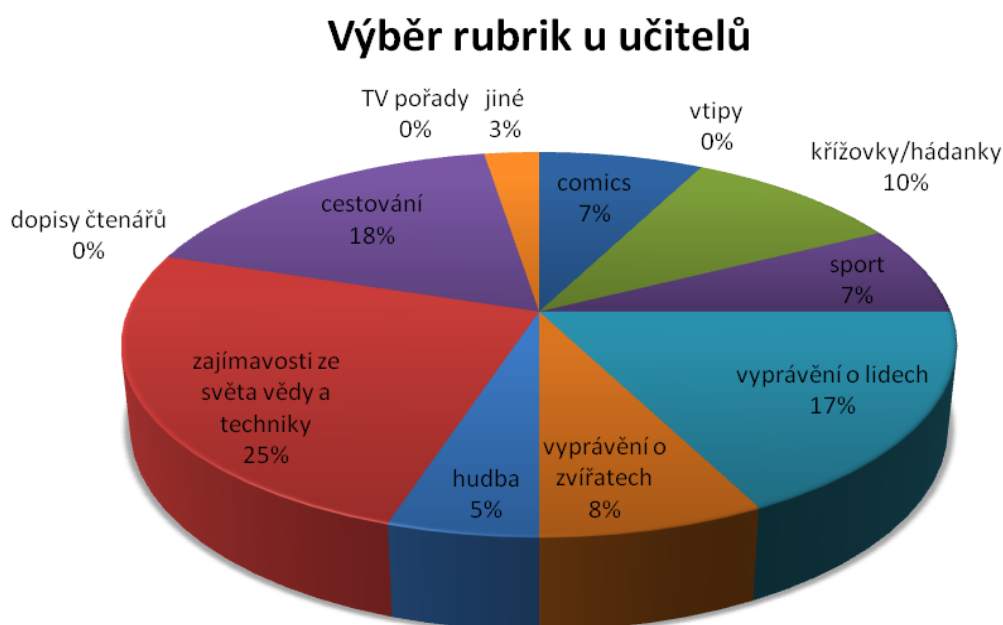
Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby učitelů vyjádřenou v procentech.

Vzhledem k tomu, že majoritní část učitelů vyučuje více než jednu oblast vzdělávání, museli jsme si nejprve stanovit poměr zastoupení učitelů v stanovených oblastech. Exaktní číselné vyjádření tohoto poměru není pro vyjádření kompletního výsledného zpracování celé dotazníkové sondy potřebné, nicméně na základě tohoto poměru jsme získali procentuální vyjádření v grafu 14 a považujeme tedy za adekvátní tuto informaci zmínit. Nepovažujeme za nutné popisovat nyní vzájemné souvislosti mezi tím, jak často je časopis učitelem využíván a oblastí, kterou vyučuje, neboť je to z grafického znázornění jasně čitelné.

Protože jsme již dopředu počítali s možností, že někteří respondenti časopis při výuce nevyužívají, připravili jsme nejen pro ně otevřenou otázku, kde měli možnost vyjádřit jejich důvody. Otázka konkrétně zněla: "Pokud časopis při vyučování nepoužíváte, co Vám v tom obvykle brání?" a žádala si

od respondentů jejich vlastní odpovědi. Většina respondentů, která na tuto otázku podala odpověď (25% z celkového počtu), uváděla jako hlavní překážku nedostatek času. Dalším důvodem byly finance či nevhodnost textů.

Ještě nám zbývá vyhodnotit si informace týkající se výběru rubrik u učitelů. Nejprve si ale připomeňme, že u dětí se největší oblibě těšily: vtipy, příběhy/problémy ze života a obrázky. Zajímá nás tedy, jestli se učitelé lidově řečeno "trefují" do preferencí svých svěřenců.



Graf 15- Výběr rubrik u učitelů

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby učitelů vyjádřenou v procentech.

Sestavení rubrik, které byly dány učitelům na výběr bylo formováno poněkud odlišně od dotazníku pro děti, neboť jsme chtěli jednotlivé části časopisu alespoň trochu přizpůsobit možnému didaktickému využití. V každém případě se ukázalo, že dětmi nejoblíbenější vtipy nevyužívá ani jeden z dotázaných pedagogů. U tohoto výběrového souboru celkem jasně vítězí zajímavosti ze světa vědy a techniky. Důvod se nabízí i bez dlouhého a složitého zamýšlení se. Tyto články obvykle slouží jako zdroj faktických údajů a mohou mít charakter

vzdělávacího textu. Domníváme se, že tento fakt může být příčinou volby pedagogů. O to víc se budeme snažit na konkrétních plánech aktivit ukázat, že nejen články tohoto typu se dají efektivně využít při výuce.

6.5 Shrnutí výzkumných závěrů

Při shrnutí údajů, získaných prostřednictvím provedeného dotazníkového šetření a zejména při uvádění těchto výsledků do konfrontace s předem stanovenými tezemi a hypotézami, dodržíme celkový sled šetření a nejprve si uvedeme žáky, až poté budou následovat učitelé.

Ukázalo se, že celkově ve svém volném čase využívá nejčastěji masové komunikační prostředky 45% žáků. Čímž se první z tezí ukázala jako platná. Platnost teze následující (kde jsme předpokládali, že na celkový vztah dospívajícího k časopisu a jeho preference má vliv pohlaví i věk jedince), se ověřením první a druhé hypotézy potvrdila. Graf číslo 2 sice jasně dokazuje určité odchylky v preferencích mladších a starších žáků, nicméně výsledky graficky zobrazené v grafu číslo 5 zcela evidentně vyvrací naši první hypotézu. Není pravda, že by námi vybraní starší žáci četli časopis častěji než žáci mladší. Naopak potvrzení druhé hypotézy zřetelně dokazuje graf číslo 3. Dívky si ke své četbě skutečně častěji než chlapci vybírají časopisy populárního rázu. Poslední z tezí předpokládaných u výsledků šetření mezi žáky se ukázala jako neplatná. Z výzkumu vyplývá, že naopak většina dětí (31%) odpovědělo, že časopis v hodinách nepoužívají, ale ony by rády.

Při zjišťování postojů pedagogů na námi vybraných školách se ukázalo, že ani jeden z respondentů nepovažuje časopis za přirozenou a automatickou součást výuky a naše další teze tak byla zcela neplatná. Naopak se potvrdilo, že učitelé využívají různých částí časopisů, ačkoliv jsme i zde našli mezery. Preference dětí a učitelů se totiž neshodují, což může být zásadní problém celé situace ohledně využití časopisu v hodinách. Další z tezí se jednoznačně potvrdila, neboť z grafu 14 je vidět očividný rozdíl v intenzitě využívání časopisu v závislosti na konkrétní vzdělávací oblasti. Stejný graf ale ukazuje výsledky, které vyvrací hypotézu číslo 3 předpokládající intenzivnější práci s časopisem v hodinách Jazyka a jazykové

komunikace. Tento předpoklad nám vyplynul ze studia materiálů týkajících se jednotlivých metod výuky, nicméně v praxi se ukázal jako nesprávný. Ještě naposledy se vraťme ke grafu 13, který nám zobrazuje rozdíly v intenzitě využití vyplývající z odlišného typu školy, na které učitel působí, čímž se potvrzuje platnost poslední z našich stanovených tezí.

Na závěr této části bychom rádi ještě jednou zdůraznili již několikrát zmíněné upozornění, že výsledky našeho výzkumu vypovídají pouze o respondentech, které jsme si na počátku zvolili jako výzkumný soubor. S ohledem na charakter, podmínky a způsob organizace celého výzkumu se získaná data v každém případě musí chápat jako sonda do situace, tedy výsledky, které naznačují určité trendy, ale ze kterých se nedají vyvozovat obecně platné závěry.

7 ANALÝZA VYBRANÝCH ČASOPISŮ

V této části práce si podrobněji analyzujeme tři vybraná periodika pro mládež. Pro tento rozbor jsme vybírali vzorek časopisů, které se nejčastěji objevovaly v dotazníkovém šetření u dětských respondentů v položce nejčtenějších časopisů (viz graf 2 a graf 3).

7.1 Kritéria hodnocení

Na začátku je nezbytně nutné stanovit si kritéria hodnocení, neboť, jak Gavora⁴³ uvádí, správné stanovení analytických kategorií je klíčovým momentem obsahové analýzy. Pro tento rozbor jsme si definovali třináct základních kritérií, kterými jsou: Typ časopisu, Frekvence vydání, Vydavatel, Webové stránky, Možnost předplatného, Cena, Dostupnost, Rozsah časopisu, Obsah, Grafická stránka, Jazyková stránka, Osobní hodnocení. Poslední kategorii tvoří: Možnost využití pro práci pedagogů. Vzhledem k zaměření celé naší práce pokládáme právě evaluaci využitelnosti periodik ve výuce za klíčovou kategorií celé analýzy. Pojdme si nyní blíže specifikovat oněch třináct zmíněných kritérií.

- Typ časopisu- Zařazení tiskoviny do jedné ze skupin definovaných v kapitole 4.5 Přehled současného trhu s časopisy pro mládež.
- Frekvence vydání- Uvádíme s jakou periodicitou je časopis vydáván. I tomuto dělení jsme se již teoreticky v naší práci věnovali a to v kapitole 3.2.1 Dělení podle periodicity.
- Vydavatel- Cílem je zjistit jméno společnosti/autora vydávající konkrétní periodikum.
- Webové stránky- Zajímá nás pouze, zda mají čtenáři k dispozici i internetové stránky daného periodika.
- Možnost předplatného- Zjišťujeme, kde, za jakých podmínek, a zda vůbec,

⁴³ GAVORA, P. *Výzkumné metody v pedagogice: Příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. 1. vyd. Brno: Paido, 1996. s. 119. ISBN 80-85931-15-X.

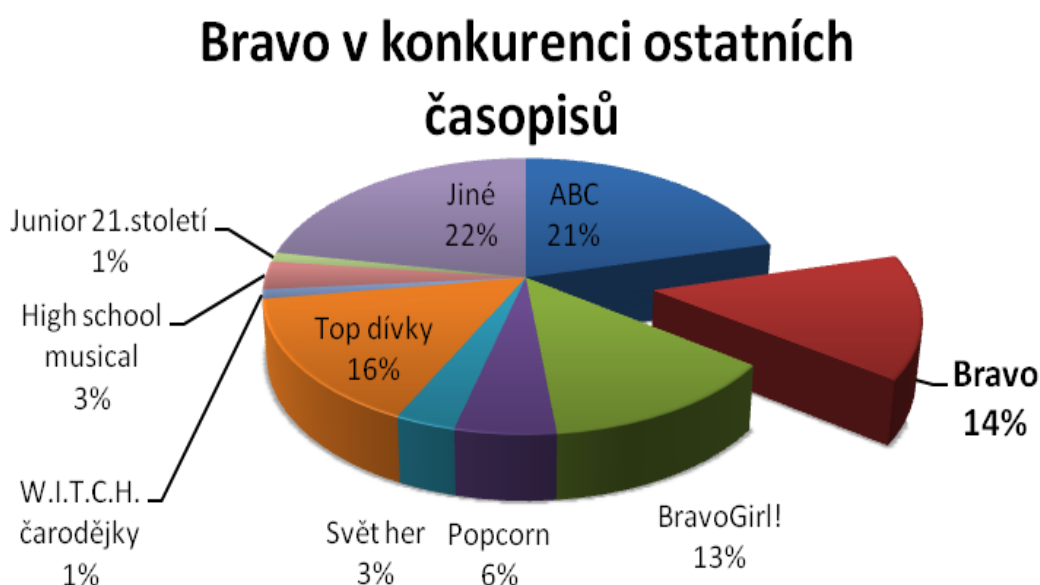
mají děti možnost si časopis dlouhodobě předplatit.

- Cena- Uvádíme prodejní cenu získanou z titulních stran zkoumaných tiskovin.
- Dostupnost- Zkoumáme dostupnost onoho časopisu pro námi vybraný soubor respondentů. Informace získáváme z doplňkového výzkumu, který jsme si již blíže popsali v kapitole 6. 3. 3.
- Rozsah časopisu- Uvádíme formát a počet stran uváděných ve zkoumaném vzorku.
- Obsah- Snažíme se kategorizovat obsah jednotlivých tiskovin na základě rozdělení do určitých rubrik.
- Grafická stránka- Studujeme grafickou úpravu časopisu. Zajímá nás přehlednost a grafické prostředky použité pro nalákání čtenáře.
- Jazyková stránka- Analyzujeme jazyk časopisu. Metody a prostředky vyjádřeného textu.
- Osobní hodnocení- Uvádíme subjektivní dojem z daného časopisu.
- Možnost využití pro práci pedagogů- Zamýšlíme se nad přínosem daného periodika pro činnost učitele při výuce. Na tuto kategorii dále navazuje kapitola 8, kde nastíníme konkrétní příklady aktivit s časopisem jako výukovou pomůckou.

Kdokoli by samozřejmě mohl namítnout, že mezi základní kritéria takové analýzy by jisto jistě mělo patřit věkové vymezení čtenářů, a že tedy náš chystaný rozbor tuto kategorii postrádá. Vzhledem k tomu, že celá naše práce je věnována časopisům pro mládež (a věkové vymezení této podskupiny všech dostupných periodik jsme si uvedli v kapitole 3 Časopis jako jeden z prostředků masové komunikace), bylo by zařazení kategorie Věk do naší analýzy pouze zbytečným opakováním již stanovených faktů.

Jak jsme již zmínili na úvod této kapitoly, jako zkoumaný vzorek jsme zvolili tři časopisy, které se v našem výzkumu mezi žáky druhého stupně základní školy ukázaly jako nejčtenější. Prvním z nich je časopis Top dívky, který se umístil na prvním místě oblíbenosti mezi děvčaty. Dalším podrobněji studovaným časopisem je ABC – časopis generace 21. století, který naopak získal prvenství

mezi respondenty mužského pohlaví. Posledním vzorkem v řadě se stal časopis Bravo, který je podle informací vydavatele⁴⁴ nejčtenějším časopisem pro mladé čtenáře ve věku 11- 16 let. Ačkoliv podle našeho výzkumu, který jak znovu zdůrazňujeme, představuje vzorek námi vybrané malé obce, a jehož výsledky si v žádném případě nemohou nárokovat žádné právo na zobecnění, se toto periodikum neumístilo ani mezi chlapci ani mezi děvčaty na prvním místě. O tom, jak si celkově časopis stojí mezi mladými čtenáři v České Kamenici, se můžeme přesvědčit v následujícím grafu.



Graf 16- Bravo v konkurenci ostatních časopisů

Údaje zobrazují relativní četnost nejčastější volby žáků vyjádřenou v procentech.

Z grafu je evidentní, že ačkoliv výše zmíněný časopis nezaujal v konkurenci ostatních časopisů vítězné místo, i tak si se svými 14% obhájil přední příčku v žebříčku oblíbenosti u dětských respondentů. Vezmeme-li navíc v potaz výše uvedené výsledky upozorňující na výrazné rozdíly preferencí

⁴⁴ Časopis Bravo [online]. c2005 [cit. 1. 4. 2009].

Dostupné z: <<http://www.bauermedia.cz/casopisy/bravo/>>.

chlapců a dívek, kde u chlapců jasně vítězil časopis ABC a dívky nejčastěji volí Top dívky, a pomineme-li tedy tyto dva časopisy, Bravo nám rázem poskočí do popředí.

Právě proto, že i náš výzkum dokazuje poměrně značnou oblibu, a periodikum je na českém trhu všeobecně vnímáno jako stálice ve své kategorii, podrobíme i Bravo naší analýze.

7.2 Top dívky

- Typ časopisu- Top dívky je časopisem spadajícím do kategorie populárních časopisů. Specifičtěji lze kategorizovat jako časopis určený dívkám, což jistě není těžké z názvu odhadnout. Časopis je českou verzí německé předlohy Mädchen.
- Frekvence vydání- Měsíčník
- Vydavatel- Axel Springel Praha a. s.
- Webové stránky- ANO. Dostupné z: <http://www.topdivka.cz>
- Možnost předplatného- ANO. Možnost objednání přes odkaz na internetovém portálu. Předplatitelé dostávají časopis se slevovým zvýhodněním.
- Cena- 43, 90,- Kč (pro roční předplatitele je cena 39,- Kč)
- Dostupnost- Děti si mohou časopis zakoupit ve všech obchodních stáncích, možnost zapůjčení časopisu v knihovně ale bohužel nemají.
- Rozsah časopisu- formát A4, 84 stran
- Obsah- Vnitřní struktura tohoto dívčího časopisu je v každém čísle pevně dána. Na čtenářky zde čeká sedm pravidelných rubrik: Hot News (novinky ze světa známých osobností), Styl (rady a nápady ze světa módy), Emotions (partnerské vztahy, příběhy ze života, aj.), Beauty (péče o zevnějšek), Feel Good (např. poradna), Zábava (křížovky, soutěže, příběhy a rozhovory slavných,...), Fotoromán a sada dvou plakátů. V některých vydáních čeká na čtenářky ještě dárek, který může mít podobu přívěsků, náramků či drobné kosmetiky. Každý výtisk je kombinací redakčních materiálů, čtenářských příspěvků a samozřejmě

nechybí komerční inzerce.

- Grafická stránka- Všechny stránky jsou tištěny celobarevně a hned při prvním pohledu na titulní stránku je zřejmé, že hlavním cílem autorů je především upoutat pozornost dívek. Pro lepší představu si prohlédneme přílohu V, kde je vyobrazena jedna z titulních stránek tohoto periodika. Tím, že je časopis barevný, chlubí se tvářemi "celebrit" z tuzemského i světového prostředí a nabízí mnoho titulků k článkům skrývajících se na vnitřních listech, může opravdu zprvu působit lákavě. Když se však hlouběji a pozorněji zadíváme na přední obálku, zjistíme, že onen soubor titulků je spíše nepřehledná změť textů. Ani vnitřní grafické uspořádání není příliš přehledné a při rozevření některých dvoulistů se nám evokuje známé rčení, že "méně je někdy více".
- Jazyková stránka- Jak jsme již zmínili v obsahové analýze, v časopise nalezneme nejen redakční články, ale i příspěvky od čtenářek a propagaci komerčních produktů. Od toho se samozřejmě odvíjí i styl vyjadřování, který je mnohdy velmi osobitý. Často se setkáme s užíváním slangu, zdvořilých, obecné češtiny či anglikanismů. Pro lepší představu a podpoření našich kritických argumentů si nemůžeme odpustit alespoň jednu krátkou citaci: „*Kdo nemá ve skříni alespoň jedny "levisky", jako by nikdy neotevřel módní časák a neviděl ani jeden americký film! Zaměř se na nejmodernější střih džínů a spešl délku letních sukní.*“⁴⁵
- Osobní hodnocení - Po našem kritickém studiu tohoto časopisu jako zástupce periodik určených mladým dívkám jsme nabyli pocitu, že časopis se za každou cenu snaží být čtenářce skvělou kamarádkou a průvodkyní ve světě. Užívá k tomu veškerých výše zmíněných prostředků. Pozitivně nás překvapil úsek věnovaný dívčím problémům, které ať už se týkají zdraví, komplexů způsobených nespokojeností se sebou sama, či milostných problémů, pozorně vysvětlují a radí dospívajícím dívkám, jak se zachovat.
- Možnost využití pro práci pedagogů- Vzhledem k tomu, že stránky jsou

⁴⁵ OPAVOVÁ, K. Soutěž!. *Top dívky*. 2008, č. 6, s. 8. ISSN 1214-3804.

plné nejrůznějších rad a návodů jak být "In" a ne "Out", jak se poprat s nejrůznějšími problémy, jak získat "kluka svých snů", nebo se přiblížit vzhledu svého oblíbeného idola, měli by se pedagogové zamyslet nad tím, jak tento materiál v hodině zúročit. Markantním prvkem je snaha autorů o vytvoření jakéhosi prototypu skvělé a dokonalé dívky. Uvážíme-li věkové období cílových čtenářek (puberta), měli bychom si uvědomit, že v této době jsou dívky mnohdy velmi snadno ovlivnitelné. Vzhledem k této návodnosti se časopis Top dívky jeví jako více než vhodná pomůcka při rozvíjení kritického čtení a práce s informacemi vůbec.

7.3 ABC- časopis generace 21. století

- Typ časopisu- Časopis ABC je typickým zástupcem periodik zájmově zaměřených. Je určen čtenářům, kteří se převážně zajímají o novinky a zajímavosti ze světa vědy a techniky.
- Frekvence vydání- Čtrnáctideník
- Vydavatel- Ringier ČR, a. s.
- Webové stránky- ANO. Dostupné z: <http://www.iabc.cz>
- Možnost předplatného- ANO. Možnost objednání přes odkaz na internetovém portálu nebo prostřednictvím objednáčního kuponu distribuovaného v každém výtisku. Předplatitelé dostávají časopis se slevovým zvýhodněním a možností výběru z nabídky několika dárků při prvním objednání. Čtenáři mající předplatné se navíc mohou účastnit soutěží o zajímavé ceny.
- Cena- 43,- Kč (pro roční předplatitele je cena 36,- Kč)
- Dostupnost- Děti si mohou časopis zakoupit ve všech obchodních stáncích, možnost zapůjčení časopisu v knihovně ale bohužel nemají.
- Rozsah časopisu- formát A4, počet stran není ustálen (50-80 stran)
- Obsah- Časopis je rozdělen do několika rubrik, z nichž některé se objevují pravidelně v každém čísle. Takovými jsou rubriky jako např. ABC a vy (obsahuje průvodní dopis šéfredaktorky a příspěvky čtenářů), Fotočísla (zajímavé fotografie), Dárek příště (upoutávka na další dárek), Zoom

(zajímavé novinky ze světa techniky), Sound (informace ze světa hudby), Komiks, Mobil, Internet, aj. Další ze sloupků vyskytujících se nepravidelně v některých výtiscích představují mimo jiné Křížovky, Soutěže, apod. V každém čísle se můžou čtenáři zároveň těšit na určitý dárek a vystřihovánky například v podobě modelů aut, letadel. Co se týče žánrového složení časopisu, i zde je dán vedle odborných článků prostor pro vyjádření mladých čtenářů a ani v tomto časopise nechybí komerční inzerce tematicky zaměřená na cílovou skupinu příjemců.

- Grafická stránka- V dnešní době je asi naprosto samozřejmé, že i tento časopis je tištěný celobarevně a možná by nás spíše překvapilo, kdyby byl některý z listů pro mládež vydáván v poněkud konzervativní a fádně se tvářící černobílé formě. Ve srovnání s časopisem Top dívky je obálka ABC rozhodně umírněnější a přehledněji ztvárněna. Nekouká na nás žádný prototyp úspěšné celebrity, nýbrž povětšinou postavy a ostatní účastníci počítačových her a animací. Pro možnost vlastního srovnání titulních stránek analyzovaných časopisů jsme do příloh zařadily také obálku jednoho čísla tohoto časopisu (Příloha VI). Protože grafiku periodika netvoří pouze obálka, pojďme nyní nahlédnout i na vnitřní strany. Velmi oceňujeme přehledně zpracovaný Obsah, který uvádí veškeré rubriky a statě aktuálního výtisku. V průzkumu se ukázalo, že děti nejčastěji volí podle zajímavého obsahu, tudíž je práce vynaložená autory na tuto úvodní část výtisku jistě vratnou investicí. Jednotlivé články a části periodika jsou přehledně řazené a pro oko lákavě zhotovené.
- Jazyková stránka- Pokud se zaměříme na jazykový styl a výrazy užívané na stránkách tohoto média, musíme konstatovat, že celkově styl vyjadřování zcela bezpochyby není natolik návodný a nepodsouvá příjemcům určitá stanoviska tak, jako jsme tomu byli svědky při rozboru předchozího magazínu. Autoři těchto článků se ve většině případů vyjadřují pomocí spisovné češtiny a pouze zřídka používají výrazy obecné češtiny, podle nás ale vždy v adekvátních situacích a ve snesitelné míře. I zde se však setkáme s anglickými výrazy, které na nás číhají hned z obsahu jednotlivých výše uvedených rubrik a v samotných textech se to

jimi jen hemží.

- Osobní hodnocení- Subjektivní dojem po prostudování tohoto časopisu s ohledem na vědomí toho, kdo jej ve skutečnosti čte, lze časopis hodnotit vcelku pozitivně. Oceňujeme především nenávodnost a nepodsouvání žádných prototypů krásy či úspěchu. Líbí se nám i vystřihovánky, které jsou společně s články kombinací manuální i intelektuální činnosti.
- Možnost využití pro práci pedagogů- Vzhledem k tomu, že časopis je opravdu svou náplní zacílen na specifickou skupinu čtenářů, nemůžeme zde nyní tvrdit, že časopis je naprosto vhodný a ideální pro vyučování. Nicméně pokud si učitel dá tu práci a věnuje potřebný čas pečlivé volbě správné rubriky či článku, tak aby skutečně oslovil celou danou skupinu žáků, rázem drží v ruce hodnotný zdroj informací v podobě poutavých článků vědeckého, informativního i zábavného rázu, křížovek a fotografií.

7.4 Bravo

- Typ časopisu- Bravo je periodikum populárního charakteru nemajíc zaměření na žádnou specificky orientovanou skupinu mladých čtenářů. Časopis je pouze českou verzí stejnojmenného, původně německého, originálu. Nemůžeme si dovolit nezdůraznit nápadnou podobnost s časopisem analyzovaným v sekci 7.2. Přestože Top dívky je časopis orientován jedním směrem v duchu hodnot svých čtenářek, je si s Bravem v mnohém podobný.
- Frekvence vydání- Čtrnáctideník
- Vydavatel- Bauer Media, v. o. s.
- Webové stránky- ANO. Dostupné z: <http://www.bravoweb.cz>
- Možnost předplatného- ANO. Možnost objednání přes odkaz na internetovém portálu. Předplatitelé dostávají časopis se slevovým zvýhodněním.
- Cena- 27,- Kč (pro roční předplatitele je cena 23,- Kč)
- Dostupnost- Děti si mohou časopis zakoupit ve všech obchodních stáncích, možnost zapůjčení časopisu v knihovně ale bohužel nemají.

- Rozsah časopisu- formát A4, 48 stran
- Obsah- I tento magazín má pevně danou strukturu, dokonce i sled jednotlivých rubrik je v každém výtisku téměř totožný. Také zde se navíc setkáváme s příspěvky čtenářů a inzercí. Pojdme opět proniknout do tajů obsahu časopisu a pokusit se stručně vystihnout některé rubriky: Action (fotky slavných v určitých situacích), Hot news (novinky ze života slavných), Exclusive, Stars (rozhovory se známými osobnostmi, hudebními skupinami,...), Láska a sex, Tělo a sex (dvoustránky věnované čtenářským problémům v dané oblasti), Lovestory (fotoromán na pokračování), Movie news (novinky z filmového plátna), Fun & Scary (trapasy a děsivé příběhy čtenářů), aj. Každé číslo je navíc obohaceno o testy, soutěže a sadu plakátů. Velmi často dostávají příjemci při nákupu časopisu i drobný dárek. Pokud budeme sledovat nějaký obsahový kontrast u tohoto časopisu a zmíněné Top dívky, povšimneme si, že Bravo nenabízí tolik článků o módě, nevěnuje se péči o krásu těla a podobným tématům, které jsou přeci jen výsadou dívčích časopisů. A naproti tomu je bohatým zdrojem informací ze světa známých osobností, filmu či hudby.
- Grafická stránka- Stejně jako předchozí dva časopisy, ani tento netvoří výjimku a je tištěn celobarevně. Obálku již nebudeme komentovat, neboť je na první pohled téměř k nerozeznání (pomineme-li uvedení názvu) od prvního analyzovaného časopisu a i vzorovou ukázkou této titulní stránky si máme možnost prohlédnout v příloze VII.
- Jazyková stránka- S přihlédnutím na charakter časopisu a po předchozích analýzách bylo již téměř jasné, že i tento časopis bude plný výrazových prostředků, kterými se autoři snaží přiblížit mládeži. A náš předpoklad se pouze potvrdil. Nalezneme zde mnoho slangových výrazů, anglikanismů (viz rozbor rubrik) i slov spadajících do slovníku obecné češtiny. Stejně jako časopis ABC nepůsobí ani zde styl jazykového vyjadřování nijak návodně a podsouvavě. Stěží zde nalezneme výrazy typu: „*Určitě se ti hodí a stojí pár korun, tak neváhej a poříd' si ho!*“⁴⁶ apod.

⁴⁶ OPAVOVÁ, K. On the beach. *Top dívky*. 2008, č. 6, s. 13. ISSN 1214-3804.

- Osobní hodnocení- Časopis je již na trhu opravdu delší dobu a při jeho pročítání evokuje vzpomínky na věkové období, ve kterém se nyní nacházejí naši zkoumaní dětské respondenty. V mnohém se časopis jistě změnil, to ale nedokážeme posoudit, neboť tenkrát jsme na něj nepohlíželi tak kriticky, jako se o to snažíme teď. Nicméně toto periodikum skutečně může oslovit celé spektrum populace ve věku 11-15 let, neboť není ničím specifikován a vymezen vůči ostatním časopisům.
- Možnost využití pro práci pedagogů- Nediferencovanost časopisu a žádná cílenost na úzce orientovanou skupinu nám poskytuje obrovské pole působnosti. Pokud se učitel rozhodne využít toto periodikum jako zdroj pro svou spolupráci s žáky, trůfáme si tvrdit, že se téměř vždy setká s přízní dětí. I zde ale musíme být opatrní při selekci materiálu a snažit se zohlednit všechny ostatní aspekty dané hodiny.

Tímto diskursem do jednotlivých charakteristik vybraného vzorku časopisů jsme se snažili připravit si půdu pro další část práce. Pokud se totiž chystáme pustit do plánování konkrétních vyučovacích aktivit, potřebujeme vzorek dobře znát, abychom věděli, co při výběru materiálu pro naše plány jednotlivých vyučovacích činností můžeme od periodik tohoto typu očekávat.

8 NÁVRHY KONKRÉTNÍHO VYUŽITÍ ČASOPISU PŘI VÝUCE

Při plánování konkrétních aktivit vycházíme ze svých vlastních zkušeností a vědomostí získaných v průběhu tvorby této práce. Proto chceme, aby byly následující řádky brány pouze jako možná inspirace pro samotnou práci pedagogů. Rozhodně si neděláme nárok na představení oněch aktivit a úkolů jako by byly striktními návody, jak konkrétní periodikum při výuce využít. Každá ze zmíněných aktivit bude zasazena do kontextu jednoho z aprobačních předmětů autorky, neboť by bylo troufalé pouštět se do jiných neprostudovaných oblastí. Všechny níže uvedené činnosti užívají periodikum jako didaktickou pomůcku v hodině.

Volba konkrétních periodik byla jasně podmíněna. Zásadním argumentem byla vysoká oblíbenost časopisů u respondentů, čímž si myslíme, že je splněn první předpoklad pro úspěšný ohlas žáků na danou aktivitu. Dalším důvodem byla snaha ukázat, že námi analyzované časopisy skutečně mají učitelům co nabídnout. Protože jde pouze o ukázkou nápadů, jak se pokusit časopis efektivně zapojit do hodin, uvádíme celkem pouze tři návrhy. Každý z nich využívá jednoho z analyzovaných periodik. Avšak nemůžeme si odpustit subjektivní poznámku, že z pouhých těchto tří vybraných periodik by se daly vytvořit aktivity na hodiny a hodiny efektivní práce s dětmi. U každého z návrhů budou stanoveny potřebné pomůcky, aprobační předmět (do kterého bychom aktivitu zahrnuli), využití metody a samozřejmě plán jejího průběhu. Na konci každé aktivity uvedeme stručný pohled na návrh z hlediska naplňování klíčových kompetencí.

8.1 Chci sexuálně žít!

Tato aktivita by mohla být využita při jedné z hodin Občanské výchovy, která se bude týkat rodinného života, partnerských vztahů či například zdraví. Učitel si předem připraví kopie článku z časopisu Top dívky číslo 6/08, strana 52.

Článek má název „*Můžu brát antikoncepci?*“⁴⁷, jehož plné znění si můžeme prohlédnout v příloze VIII.

Postup je následující. Připravíme si kopie článku tak, aby byly od sebe odstřiženy část s dotazem čtenářky a část s odpovědí redaktorky. Jako organizační formu práce navrhujeme práci ve dvojicích. Kopie si připravíme v dostatečném počtu tak, aby jich bylo dostatek pro všechny pracovní skupiny. V určité fázi hodiny (záleží na konkrétních podmínkách) rozdáme žákům první část článku. Žáci mají za úkol v určitém časovém limitu přečíst dopis od čtenářky a ve dvojici nastínit vlastní odpověď na tento dopis. Následuje rozhovor s celou třídou, kde žáci prezentují své návrhy a spolu s učitelem diskutují o dané problematice. Navzájem kriticky hodnotí jednotlivé návrhy řešení, domýšlí důsledky. Učitel je při debatě pobízí, aby se do dané situace vcítili. Na závěr děti obdrží druhou část článku, která zobrazuje odpověď, jež dívka nabídla redaktorka dané rubriky. Děti tak mají možnost porovnat si článek se svou radou.

Přínos této aktivity vidíme hned v několika bodech. Ačkoliv je časopis určený výhradně dívkám, i tak je schopný poskytnout materiál, který se úzce dotýká i chlapecké populace. Příběh je navíc ukázkou reálného života a zcela jistě je dětem blíže než kterýkoli učebnicový text na dané téma.

Rozvíjené klíčové kompetence

- Kompetence k řešení problémů- uvědomění si problémových situací, rozpoznání a pochopení problému, promyšlení a naplánování způsobu řešení na základě vlastních úsudků a zkušeností, samostatné řešení problému, obhájení řešení problému před ostatními, kritické myšlení, uvědomění si zodpovědnosti za své návrhy, praktické ověření správnosti svého řešení.
- Kompetence komunikativní- výstižné a souvislé formulování svých názorů v písemné i ústní podobě, naslouchání a kritické přijímání názoru ostatních, vhodná argumentace k obhájení svého názoru, porozumění různým typům textů v komunikačních prostředcích.

⁴⁷ ČIŽMARIKOVÁ, T. Můžu brát antikoncepci?. *Top dívky*. 2008, č. 6, s. 52. ISSN 1214-3804.

- Kompetence sociální a personální- vzájemná podpora a inspirace ve skupině, schopnost přispívat k diskusi nejen v malé skupince, ale i při debatě celé třídy, sebereflexe.
- Kompetence občanské- uvědomění si svých práv a povinností i mimo školu, zodpovědné rozhodování dle aktuální situace.

8.2 Úspěšnost, úspěšnost,... A co to vlastně je?

Tato aktivita se opět velmi hodí do předmětu Občanská výchova. Tentokrát pracujeme s časopisem Bravo. Téma hodiny se týká hodnotové orientace, životních cílů. Vzhledem k možné vyšší náročnosti tématu i procesu aktivity doporučujeme zařadit aktivitu ve starších ročnících. Použijeme celé vydání číslo 25 z roku 2008. V tomto případě bychom volili skupinovou formu práce po třech až pěti členech. Učitel bude potřebovat takový počet výtisků, který postačí pro všechny skupiny ve třídě. Tato varianta se může na první pohled zdát poměrně finančně náročná, nicméně nemyslíme si, že je bezpodmínečně nutné, aby učitel časopisy kupoval. V dané konkrétní třídě či škole se jistě najde dostatečný počet dětí, v jejichž rodině se tento časopis kupuje. Je tedy možné se s těmito žáky dohodnout, aby si časopis na hodinu přinesli.

Každá skupinka obdrží po jednom časopisu. Učitel na tabuli napíše slovo: Úspěch. Žáci ve skupině mají v časovém limitu za úkol společně v časopise najít pět symbolů úspěchu (mohou vybírat fotografie, úryvky textu,...). Základní podmínkou je, že všichni ve skupině musí s vybranými symboly souhlasit a umět odůvodnit jejich volbu. Po uplynutí stanoveného časového limitu se sloučí vždy dvě skupinky dohromady. V nové skupině dostanou žáci další časový limit, ve kterém si navzájem prezentují svých pět vybraných symbolů. Úkolem nyní je vybrat z deseti symbolů (pět z každé původní skupinky) opět pět společných pro novou pracovní skupinku. V poslední fázi se sloučí všechny skupiny dohromady a probíhají prezentace a hodnocení vybraných znaků úspěšnosti.

Kladnou stránku věci vidíme u této aktivity zejména v rozvoji spolupráce a vzájemné komunikace. Zároveň spatřujeme velký přínos z hlediska Mediální

výchovy jako jednoho z průřezových témat stanovených v RVP ZV. Žáci se při této činnosti učí hledat v periodiku konkrétní informace, což vyžaduje zamyšlení se, a ne jen pouhé listování a nekritické přijímání. Osvojují si nejen schopnost kritického přístupu k mediálním sdělením, ale i uvědomění si vlivu mediální produkce na běžný život a hodnoty jedinců ve společnosti. Abychom však aktivitu jako učitelé organizačně ustáli, doporučujeme předem stanovit nebo pouze připomenout pravidla diskuse a určit mluvčího obou skupin.

Rozvíjené klíčové kompetence

- Kompetence k učení- vyhledávání a třídění informací.
- Kompetence komunikativní- výstižné a kultivované formulování svých názorů v ústní podobě, schopnost naslouchání a kritické přijímání názoru ostatních, schopnost vhodné argumentace k obhájení svého názoru, porozumění různým typům vyjádření v komunikačních prostředcích.
- Kompetence sociální a personální- stmelování skupiny, vzájemná podpora a inspirace ve skupině, potřeba spolupráce v týmu, schopnost přispívat k diskusi nejen v malé skupince, ale i při debatě celé třídy, sebereflexe.
- Kompetence občanské- uvědomění si svých práv a povinností, respektování přesvědčení a hodnot ostatních.
- Kompetence pracovní- dodržování vymezených pravidel, adaptace na různé pracovní podmínky.

8.3 Do you speak Czenglish?

K poslední z navrhovaných aktivit budeme potřebovat časopis ABC 1/08⁴⁸. Cílovým předmětem je Anglický jazyk. Vytvoříme kopii strany 35 (viz příloha IX). Tato činnost nebude součástí fyzické výuky přímo ve třídě, ale může být zadána jako forma domácího úkolu. Domácí úkoly považujeme za důležitou součást samotné výuky, a proto si myslíme, že je vhodné uvést si i takovýto

⁴⁸ STRATILÍK, O. Sound. *ABC- časopis generace 21. století*. Praha: Ringier ČR, 2008, č. 1, s. 35. ISSN 0322-9580.

případ.

Každý z žáků dostane od učitele kopii zmíněné stránky, přičemž učitel do horního rohu předepsal číslo a ročník výtisku, aby si žáci případně mohli dohledat originální verzi stránky, pokud budou zainteresováni. Úloha je pracovně pojmenovaná: Do you speak CzenGLISH? Učitel žákům zadá jasnou formulaci cvičení: Najděte na stránce všechny výrazy, které jsou v angličtině. Pokuste se s pomocí slovníku napsat jejich český překlad. Dále se zamyslete a napište, proč autor tato anglická slova používá.

Další hodinu učitel na začátku s dětmi úkol zkontroluje a společně diskutují nad otázkou, jak se tolik anglických výrazů dostalo na jednu stránku českého časopisu a proč si myslí, že takto autoři píší.

Žáci se při samotném vypracování úkolu učí nejen dovednosti vyhledávání v textu, ale i práci se slovníkem, která je při studiu cizího jazyka velmi důležitá. I v této aktivitě vidíme nezanedbatelný přínos v oblasti Mediální výchovy. Žáci si osvojují schopnost hodnotit jednotlivé prvky v mediálním sdělení. Konkrétně máme nyní na mysli volbu slov autora a jeho možný záměr, který tím sleduje.

Rozvíjené klíčové kompetence

- Kompetence k učení- vyhledávání a třídění informací, rozvoj mezipředmětových vztahů, schopnost samostatné práce.
- Kompetence komunikativní- naslouchání a kritické přijímání názoru ostatních, vhodná argumentace k obhájení svého názoru, porozumění různým typům vyjádření v komunikačních prostředcích.
- Kompetence sociální a personální- vzájemná inspirace ve skupině, schopnost přispívat k diskusi při debatě celé třídy.
- Kompetence pracovní- dodržování vymezených pravidel, plnění svých povinností.

9 ZÁVĚR

Cílem celé této diplomové práce bylo prozkoumat situaci využívání časopisu ve školním prostředí. Tedy zjistit do jaké míry a jakým způsobem jsou časopisy v souvislosti se zaváděním RVP ZV do škol v hodinách využívány. Dále měla být provedena analýza nabídky a obsahu dostupných časopisů pro mládež, zejména těch, které jsou dětmi nejčtenější. Posledním záměrem bylo hledání možností efektivního využití časopisů při vyučování tak, aby docházelo k naplňování klíčových kompetencí.

Na základě prostudované odborné literatury jsme uvedli časopis do kontextu mediální produkce, klasifikovali jsme jednotlivé typy periodik a dále se pak ubírali již specifickou cestou časopisů pro děti a mládež. Zjistili jsme, že děti mají možnost výběru z nepřeberného množství časopisů, které se na jedné straně může zdát poměrně rozmanité, ale na druhé straně se jeví poněkud nepřehledné. Pro lepší orientaci jsme si periodika rozdělili do několika skupin. Máme na mysli diferenciaci na časopisy zájmové, populární a vzdělávací.

Zajímalo nás působení časopisů na děti vně i uvnitř školy. Aby byl výsledek o stavu používání periodik při výuce objektivní, chtěli jsme znát stanoviska obou "táborů", tedy učitelů i žáků. Provedený výzkum nám odhalil výsledky vykazující informace o postavení časopisu v životě vybraných žáků a učitelů malého města na severu Čech. Výsledky šetření nás vedou k pocitu, že časopis jako jeden z prostředků masové komunikace není ve škole vnímán tak, jak s ním původně tvůrci RVP ZV počítají. Stále je totiž brán pouze jako prostředek pro zpestření výuky, nikoli jako možný nástroj pro šíření mediální gramotnosti a tím i naplňování klíčových kompetencí.

Protože jsme se po celou dobu snažili přímo či nepřímo prosazovat pomyslné zakotvení periodik ve školním procesu, podpořili jsme naše tvrzení několika nápady konkrétní aplikace časopisu do hodiny. Snažili jsme se nejen zohlednit preference časopisů, které z terénního šetření vyplynuly jako dětmi nejoblíbenější, ale zároveň dokázat pedagogům, že časopis nemusí být nutně pouze zpestřením, když tzv. "vyzbyde čas", ale naprosto přirozenou součástí výuky.

Jsme si samozřejmě vědomi toho, že touto prací jsme zdaleka neobsáhli celé, velmi rozsáhlé, spektrum působení časopisu na život dospívajících. V této oblasti je ještě mnoho neprobádaných sfér, které se mohou stát předmětem dalšího zkoumání.

10 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. *ABC: časopis generace 21. století*. Praha: Ringier ČR, 2008, č. 1, 23. ISSN 0322-9580.
2. *Ábíčko*. [online]. c2006 [cit. 30. 3. 2009].
Dostupné z: <<http://www.iabc.cz>>.
3. BĚLOHRADSKÁ, J. *Postoje žáků ZŠ k masově komunikačním médiím*. In *Pedagogický výzkum jako podpora proměny současné školy*. Sborník konference ČAPV PedF UHK. Hradec Králové: 2008. 900 s. ISBN 078-80-7041-287-9.
4. *BRAVO*. Praha: Bauer Media, 2008, č. 24,25. ISSN 1211-4294.
5. *Časopis BRAVO* [online]. c2005 [cit. 1. 4. 2009].
Dostupné z: <<http://www.bauermedia.cz/casopisy/bravo/>>.
6. ČUMPLOVÁ, L., HANZOVÁ, M. *Školní knihovny a výchova k práci s informacemi*. 1. vyd. Praha: ÚIV, 1993. 30 s. ISBN 80-211-0161-X.
7. *Dětská literatura a nová média*. Referáty a diskusní příspěvky na 21. kongresu IBBY v Oslo, Norsko 1988. Český překlad oficiálního sborníku kongresu Children's literature and the new media. Praha: Společnost přátel knihy pro mládež, 1988.
8. *Evidence periodického tisku a vydavatelů*. [online]. c2007 [cit. 20. 2. 2009]. Dostupné z: <<http://www.mkcr.cz/media-a-audiovize/periodicky-tisk/default.htm>>.
9. GAVORA, P. *Výzkumné metody v pedagogice: Příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. 1. vyd. Brno: Paido, 2000. 207 s. ISBN 80-85931-79-6.
10. GEBHARTOVÁ, V. *Literatura pro děti*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. 288 s.
11. HOLINOVÁ, H. *Deti a prostriedky masovej komunikácie*. Bratislava: Novinársky študijný ústav, 1991. 172 s. ISBN 80-900514-7-2.
12. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. 208 s. ISBN 80-7178-697-7.

13. JIRÁK, J., MIČIENKA, M. a kol. *Základy mediální výchovy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4.
14. KASÍKOVÁ, H., VALIŠOVÁ, A. a kol. *Pedagogika pro učitele*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 402 s. ISBN 978- 80-247-1734-0.
15. KOVAŘÍK, Š., PETTY, G. *Moderní vyučování*. 1. vyd. Praha: Portál, 1996. 380 s. ISBN 80-7178-070-7.
16. *Kroky- časopis pro děti* [online]. c2009 [cit. 20. 2. 2009]. Dostupné z: <http://www.kroky.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=80&Itemid=98>.
17. LINHART, J. a kol. *Slovník cizích slov pro nové století*. Litvínov: Dialog, 2004. 413 s. ISBN 80-85843-61-7.
18. *Magaziny.cz*. [online]. c2008 [cit. 8. 4. 2009]. Dostupné z: <<http://www.magaziny.cz>>.
19. MAŇÁK, J., ŠVEC, V. *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. 481 s. ISBN 80-7315-039-5.
20. MAREŠ, J., PRŮCHA, J., WALTEROVÁ, E. *Pedagogický slovník*. 1. vyd. Praha: Portál, 1995. 292 s. ISBN 80-7178-029-4.
21. *Mediální slovníček* [online]. c2009 [cit. 9. 2. 2009]. Dostupné z: <<http://www.rozumetmediim.cz/slovnicek/>>.
22. *Město Česká Kamenice* [online]. c2009 [cit. 29. 3. 2009]. Dostupné z: <<http://www.ceska-kamenice.cz/mesto>>.
23. *Newspapers in education* [online]. [cit. 10. 3. 2009]. Dostupné z: <<http://www.ppef.cz/cs/newspapers-in-education/>>.
24. *Oficiální stránky časopisu BRAVO*. [online]. c2003 [cit. 30. 3. 2009]. Dostupné z: <<http://www.bravoweb.cz>>.
25. OPRAVILOVÁ, E. *Kniha jako prostředek výchovy*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 1984. 103 s.
26. PRŮCHA, J. *Moderní pedagogika*. 1. vyd. Praha: Portál, 1997. 495 s. ISBN 80-7178-170-3.
27. *Rámcový vzdělávací program pro základní školy*. Praha: VÚP, 2007. 126 s.
28. *RF-Hobby – Časopisy jsou naše hobby* [online]. c2007-2009 [cit. 20. 2. 2009]. Dostupné z: < <http://junior.rf-hobby.cz> >.

29. ROTH, J. *Mediální výchova v Čechách- tištěná média*. 1. vyd. Praha: Tutor, 2005. 118 s. ISBN 80-86700-25-9.
30. SAK, P. a kol. *Člověk a vzdělání v informační společnosti: vzdělávání a život v komputerizovaném světě*. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. 296 s. ISBN 978-80-7367-230-0.
31. SAK, P. *Proměny české mládeže*. 1. vyd. Praha: Petrklíč, 2000. 291 s. 296 s. ISBN 80-7229-042-8.
32. SANDERSON, P. *Using newspapers in the classroom*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 1st ed. 275 s. ISBN 0-521-64526-3.
33. SITNÁ, D. *Metody aktivního vyučování*. Praha: Portál, 2009. 1. vyd. 152 s. ISBN 978-80-7367-246-1.
34. TALAŠOVÁ, Klára. Populární časopisy pro dívky. In *Pedagogika*. 2001, roč. LI, č. 2, s. 221-225.
35. *Top dívky*. Praha: Axel Springer, 2008, č. 3,6/08. ISSN 1214-3804.
36. *Top magazín pro dívky* [online]. c2005 [cit. 2. 4. 2009].
Dostupné z: < <http://www.topdivka.cz> >.

11 PŘÍLOHY

- I. Dotazník pro žáky
- II. Dotazník pro učitele
- III. Záznamový arch – výzkum v knihovně
- IV. Záznamový arch- výzkum v trafikách
- V. Obálka časopisu Top dívky č. 3/08
- VI. Obálka časopisu ABC č. 23/08
- VII. Obálka časopisu BRAVO č. 24/08
- VIII. Ukázka článku pro použití do výuky-Top dívky č. 6/08
- IX. Ukázka článku pro použití do výuky- ABC č. 1/08

PŘÍLOHA I

Milá zákyně, milý žaku,

máš před sebou dotazník, když jej vyplníš, velmi mi to pomůže při psaní mé diplomové práce. Je zaměřen na průzkum čtení časopisů. Prosím Tě tedy o jeho pečlivé a pravdivé vyplnění.

1. Jsem: ☐ CHLAPEC ☐ DÍVKA
2. Třída: 3. Škola:
4. Čemu se ve volném čase nejčastěji věnuješ? (můžeš zaškrtnout více odpovědí)
☐ s kamarády venku ☐ počítač ☐ televize
☐ kniha ☐ časopis ☐ zájmový kroužek
☐ příprava do školy ☐ nic, odpočívám
☐ jiné (napíš čemu).....
5. Kterou z uvedených činností v otázce 4. děláš nejraději?
.....
6. Které z uvedených časopisů znáš? (označ všechny, které znáš)
☐ ABC ☐ Bobří stopou ☐ Bravo ☐ BravoGirl!
☐ Bridge ☐ Cosmogirl! ☐ Hello ☐ Kereka
☐ Kroky ☐ Popcorn ☐ Robinson ☐ Spiderman
☐ Svět her ☐ Top dívky ☐ W. I. T. C. H. čarodějky
☐ High-school musical ☐ Junior 21. století
☐ jiné (napíš jaké).....
7. Vypiš, které z uvedených časopisů v otázce 6. nejraději čteš.
.....
8. Jak často uvedené časopisy čteš?
☐ Pravidelně každé číslo ☐ Nepravidelně, když mám zrovna chuť
☐ Jenom občas ☐ Nikdy
9. Podle čeho si časopis vybíráš? (můžeš zaškrtnout více odpovědí)
☐ název ☐ zajímavý obsah ☐ byl v reklamě
☐ znám ho a odebírám každé číslo
10. Proč obvykle časopis čteš? (napíš vlastními slovy důvod)
.....

11. Máš nějaký časopis předplacený? ☐ ANO ☐ NE
 - pokud ANO, napiš jaký:
12. Kupují Ti rodiče nějaký časopis? ☐ ANO ☐ NE
 - pokud ANO, napiš jaký:
13. Povídají si s Tebou rodiče o tom, co jsi četl/a v časopise?
☐ ANO ☐ NE
14. Pokud si chceš koupit časopis, kdo ho většinou platí?
☐ rodiče ☐ prarodiče ☐ kamarád/ka ☐ sourozenec
☐ sám z kapesného ☐ jiné (napiš kdo).....
15. Půjčuješ si časopisy? ☐ ANO ☐ NE
 - pokud ANO, označ kde: ☐ kamarád ☐ knihovna ☐ jinde
16. Pracujete s časopisem i ve škole?
☐ ANO- baví mě to ☐ ANO- nebaví mě to
☐ OBČAS- baví mě to ☐ OBČAS- nebaví mě to
☐ JEN VÝJIMEČNĚ
☐ NE- rád/a bych pracoval/a ☐ NE- ani o to nestojím
17. Pomohl Ti časopis ve škole? (např. domácí úkol, při učení,...)
☐ ANO ☐ NE ☐ nevzpomínám si
18. Máš rád/a reklamy v časopisech? ☐ ANO ☐ NE
19. Pomohla někdy reklama v časopise k tomu, aby Ti rodiče výrobek koupili?
☐ ANO ☐ NE ☐ nevím
20. Jak moc Tě baví tyto činnosti? (označuj jako ve škole 1-5)
☐ mobil ☐ počítač ☐ televize ☐ časopis ☐ kniha
21. Co Tě v časopise nejvíce zajímá? (můžeš zaškrtnout více odpovědí)
☐ obrázky ☐ soutěž ☐ články o známých lidech
☐ hudba ☐ sport ☐ křížovky ☐ vtipy
☐ cizojazyčné rubriky ☐ příběhy a problémy ze života
☐ jiné (napiš jaké):

To je vše :-) Děkuji Ti za spolupráci při vyplňování dotazníku.

Gabriela Najmanová
 studentka FP TU Liberec

PŘÍLOHA II

Vážená paní učitelko/ vážený pane učiteli,
dostáváte do rukou dotazník, který je předmětem šetření pro mou
diplomovou práci a má za cíl zjistit stav využívání dětských časopisů
ve výuce žáku 2. st. ZŠ. Prosím Vás o jeho pečlivé a pravdivé vyplnění.

1. Označte Vaše pohlaví ☐ MUŽ ☐ ŽENA
2. Škola:
3. Napište počet let pedagogické praxe:
4. Označte vzdělávací oblasti, které na škole vyučujete.
(více možných odpovědí)
 - ☐ Jazyk a jazyková komunikace
 - ☐ Matematika a její aplikace
 - ☐ Informační a komunikační technologie
 - ☐ Člověk a jeho svět ☐ Člověk a společnost
 - ☐ Člověk a příroda ☐ Umění a kultura
 - ☐ Člověk a zdraví ☐ Člověk a svět práce
5. Využíváte ve své práci některé dětské časopisy?
 - ☐ ANO, беру to jako přirozenou součást výuky
 - ☐ ANO, ale je to pro mě jen materiál pro zpestření
 - ☐ NE
6. Pokud ano, jak často v průměru periodika používáte?
 - ☐ každou hodinu ☐ alespoň 1x týdně
 - ☐ více než 1x za měsíc ☐ 1x za měsíc a méně ☐ nikdy
7. Pokud jste v otázce 4 odpověděli ANO, označte rubriky, které pro
výuku vybíráte. (více možných odpovědí)
 - ☐ comics ☐ vtipy ☐ křížovky/hádanky ☐ sport
 - ☐ vyprávění o lidech ☐ vyprávění ozvívratech ☐ hudba
 - ☐ zajímavosti ze světa vědy a techniky
 - ☐ dopisy čtenářů
 - ☐ cestování ☐ TV pořady
 - ☐ jiné (napište jaké)

7. Napište prosím Vaše konkrétní zkušenosti s časopisem ve výuce.

.....

8. Pokud časopis při vyučování nepoužíváte, co Vám v tom obvykle brání?

.....

Děkuji Vám za spolupráci při vyplňování tohoto dotazníku.

**Gabriela Najmanová
studentka FP TU Liberec**

PŘÍLOHA III

ZÁZNAMOVÝ ARCH – VÝZKUM V KNIHOVNĚ (ROZHOVOR S PRACOVNICÍ/ PRACOVNÍKEM KNIHOVNY)

1. Název knihovny:.....
2. Jméno knihovnice/knihovníka:.....
3. Jak dlouho pracujete ve zdejší knihovně?.....
4. Změnil se v průběhu Vaší praxe zájem dětí o služby knihovny- zejména v oblasti časopisectví? Jak?
.....
.....
5. Které z uvedených časopisů mají čtenáři v této knihovně k dispozici?

<input type="checkbox"/> ABC	<input type="checkbox"/> Bobří stopou	<input type="checkbox"/> Bravo	<input type="checkbox"/> BravoGirl!
<input type="checkbox"/> Bridge	<input type="checkbox"/> Cosmogirl!	<input type="checkbox"/> Hello	<input type="checkbox"/> Kereka
<input type="checkbox"/> Kroky	<input type="checkbox"/> Popcorn	<input type="checkbox"/> Robinson	<input type="checkbox"/> Spiderman
<input type="checkbox"/> Svět her	<input type="checkbox"/> Top dívky	<input type="checkbox"/> W. I. T. C. H. čarodějky	
<input type="checkbox"/> Highschool musical	<input type="checkbox"/> Junior 21. století		
6. Mají k dispozici ještě nějaké další časopisy? Jaké?
.....
7. Které z uvedených časopisů jsou u dětských čtenářů nejoblíbenější?
.....
8. Mohou si čtenáři půjčovat všechny časopisy i absenčně?
.....
9. Je součástí Vašich nabízených služeb i školní exkurze do knihovny?
.....

PŘÍLOHA IV

ZÁZNAMOVÝ ARCH – VÝZKUM V MÍSTNÍCH TRAFIKÁCH (ROZHOVOR S PRACOVNICÍ/ PRACOVNÍKEM OBCHODU)

1. Název prodejny:.....
2. Jak dlouho pracujete v této prodejně?.....
3. Změnil se v průběhu Vaší praxe zájem dětí o časopisy? Jak?
.....
.....
4. Které z uvedených časopisů mají zákazníci v této prodejně k dispozici?

<input type="checkbox"/> ABC	<input type="checkbox"/> Bobří stopou	<input type="checkbox"/> Bravo	<input type="checkbox"/> BravoGirl!
<input type="checkbox"/> Bridge	<input type="checkbox"/> Cosmogirl!	<input type="checkbox"/> Hello	<input type="checkbox"/> Kereka
<input type="checkbox"/> Kroky	<input type="checkbox"/> Popcorn	<input type="checkbox"/> Robinson	<input type="checkbox"/> Spiderman
<input type="checkbox"/> Svět her	<input type="checkbox"/> Top dívky	<input type="checkbox"/> W. I. T. C. H čarodějky	
<input type="checkbox"/> Highschool musical	<input type="checkbox"/> Junior 21. století		
5. Mají k dispozici ještě nějaké další časopisy? Jaké?
.....
.....
6. Které z uvedených časopisů jsou u dětských zákazníků nejoblíbenější?
.....
.....
7. Proč si myslíte, že právě tyto časopisy (uvedené v otázce 6) jsou u dětí natolik úspěšné?
.....
.....

3/08 BŘEZEN 43,90 Kč / 69,- Sk

Top dívky

DÁREK!
5 nových náramků!

LANIUS - Měk Česká Kamenice
421606007255

9 771214 380004
www.topdivka.cz

Hayden z HRDINŮ:
„Toužím být neviditelná!“

KDO SE KE MNĚ HODÍ?
Jakýho kluka by ti vybrala máma, ségra, kámoška?

Johnny DEPP
Kolikrát se zamiloval a kdy měl největší strach?

PERFEKTNĚ PADNOUCÍ KALHOTY? EXISTUJÍ!

Chodila jsem s průšvihářem!

PROKOUKNI HO!

Jeho gesta prozradí, jestli se mu líbíš!

MAGIE!
Odhal svůj osud! Naučíme tě věštit!

7 SKVĚLÝCH ÚČESŮ S GUMIČKAMI!

BANG!

LÍČENÍ: TRENDY MAKE-UPY 2008!

Bud' šťastná!
24 tipů, jak to zvládneš!

FOTOROMÁN!

TEST: Máš hvězdný šarm?

abc
časopis generace 21. století

číslo 23 časopis roku 2007

RUKA
zlodějka

3D MODEL
tahač Morris

2D BOND 007
pohlednice

Venuše
Zbraně ve filmu
FMX rider

+

Vyhraj
fotoaparát
skateboard
skateové oblečení

007
BOND SE VRACÍ

Šplhat a šplhat 46 Morris 35 Mars 44 72

Pošli pohled s bondovskou hláškou a vyhraj!

4. LISTOPAD 2006 | 43 Kč | 63 SK | 2,06 EUR
PŘEDPLATNE 36 Kč | 59 SK | 1,96 EUR

9 770322 956006



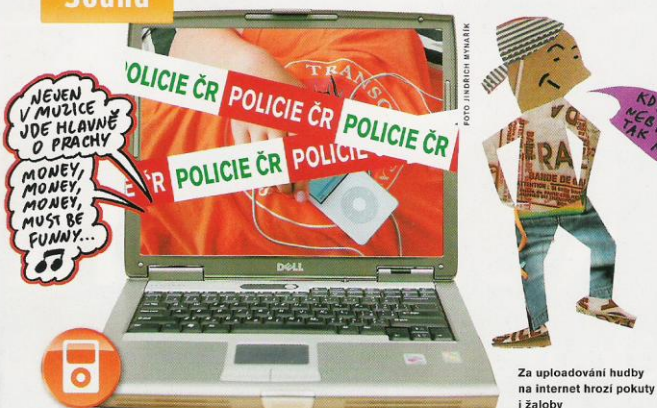
Můžu brát antikoncepci?

Ahoj Top dívko, je mi 15 let a ráda bych se zeptala, zda můžu začít brát antikoncepci, i když jsem ještě panna, ale cítím že moje „poprvé“ přijde již brzy. Mám totiž o šest let staršího partnera a nerada bych jej nutila do kondomů, kdyby nechtěl. Známe se víc jak pět let a chodíme spolu již rok. Naprosto mu důvěřuji, on mně také. Děkuju za odpověď.

PETRA

Milá Petro, hormonální antikoncepci je možné předepisovat dívkám od 15 let, protože v tu chvíli přestává být pohlavní styk s nimi nezákonný. Takže pokud jsi už tohoto věku dosáhla, gynekolog ti bez problému antikoncepci předepíše. Naopak je dobře, že na ochranu myslíš ještě předtím, než k milování dojde. Je vidět, že jsi zodpovědná holka a jiné dívky by si z tebe měly vzít příklad. Co se týče kondomu, nezapomínej však na to, že se jedná o druh antikoncepce, která dokáže kromě otěhotnění zabránit také přenosu pohlavních nemocí. Proto byste jeho používání také neměli odmítat.

Sound



Za uploadování hudby na internet hrozí pokuty i žaloby

Internetová policie vyráží

Nahazovat cizí hudbu na internet zatím u nás nikomu nevadilo. Postižení byli v Česku jen jednotlivci. Teď se kriminalisté probudili. Podle zpráv týdeníku Respekt vyráží v těchto dnech speciální odděly protipirátské policie do dvou tisícovek rodin s povolením k domovní prohlídce. Zabaví hard disky a na pracovištích se píšou jejich obsah. Jdou víceméně najisto – podle unikátních IP adres objevili největší české hřištníky, kteří uploadují hudbu na internet. Nejdřív se budou chtít vyrovnat mimosoudně – půjde o pokuty kolem dvou set tisíc korun. Hudební průmysl totiž neustále sčítá škody, které mu způsobuje internet. To, že se hudba povaluje

na síti a je zdarma ke stažení, způsobuje vydavatelství velké finanční ztráty. Tradici se už stalo, že některá alba jsou na internetu dřív než v běžné distribuci. Je však otázka, jak silná je argumentace hudebního byznysu. Už několikrát se stalo, že i když bylo možné desky zdarma stáhnout z internetu, zaznamenaly v obchodech rekordní prodejnost. Nebylo by proto logičtější, kdyby hudební byznys konečně našel společnou řeč se servery pro sdílení hudby a kdyby se vytvořil kompromis přijatelný pro všechny strany? Ať se to muzikantům líbí, nebo ne, ceny jejich alb jsou v obchodech přemrštěné. A to je zřejmě jádro problému.

CO TY A HUDBA?

ANKETA

FOTO ZDENEK SZÁK

Terezie, 13 let

Nejradši mám zahraniční rock a pop. Tedka mám třeba v iPodu americkou kapelu The Offspring. Nejsem nijak vyhraněná, doma normálně poslouchám rádio.

ECHO

Na jaké stránce se dá stáhnout nějaký freeware k mixování hudby?

(redakčně upraveno)

GAMA Z WWW.IABO.CZ

Čus! Zřejmě neznámější je program Virtual DJ Studio. Verzi 5.1 si můžeš zdarma stáhnout z www.stunecknice.cz/sw/virtual-dj-studio a vyzkoušet ji doma. Svoje pokusy pak můžeš někam uložit (například na www.leteckaposta.cz) a poslat mi link, rád si je poslechnu a zhodnotím. Držím pěsti! Váš fanda Scuttty

KRÁTCE

Dětská sourozenecká kapela Jackson 5, ze které vzešly popstar Michael Jackson a jeho sestra Janet, prý znovu ožívá. Rodina se shodla, že si ještě chce dohromady zazpívat. Jejich turné by mohlo proběhnout už letos. Ještě se neví, jestli se k nim připojí i Michael. Na dětství strávené po koncertech nemá dobré vzpomínky. Otec ho prý bil šňůrou od žehličky a bratři si z něj dělali legraci kvůli výrazce na tváři. Pomstí se jim v šatně?

Ještě před Vánocemi se k nám dostal živák praotců francouzského housu Daft Punk. Ať už byly jejich osobnosti jakkoliv rozporuplné, taneční hudbě vryli na konci minulého století nesmazatelnou stopu. *Daft Punk Alive 2007* vzniklo v pařížské Calais Omnisports de Paris-Bercy a bezchybně navozuje atmosféru, kdy elektronika poprvé ochutnala sladkou a návykovou příchutí mainstreamu. Příjemná procházka skanzenem.

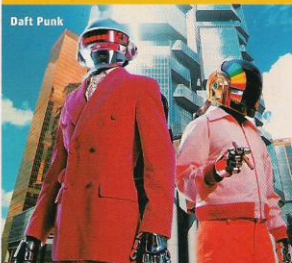


FOTO DISCOWERMENTE.CL

Hudební tip na těchto čtrnáct dnů: hip hop už dávno patří do komerčních hitparád a módních obchodů. Jeho původní syrovost a nezdeformovanost mu navrací málo interpretů. Mezi to málo patří duo Dálek v temné skladbě *Spiritual Healing*. Kéž by takhle vypadal rádiový střední proud. YouTube vyhledávací slova: Dálek, lpeac, hip-hop.

Své otázky týkající se hudby a zvuku a vše ho kolem posílejte DJ Scuttymu na stratilik@ringier.cz, do předmětu pište heslo SOUND.

PŘIPRAVUJE ONDŘEJ STRATILIK

abc 35